
BACHELORARBEIT

Herr
Andreas Hennings

Zeitung und Jugend.

**Welche Wege Printmedien gehen,
um für Jugendliche attraktiv zu sein.**

**Eine Analyse anhand der regionalen
Tageszeitungen Heilbronner Stimme
und Ludwigsburger Kreiszeitung.**

2013

BACHELORARBEIT

Zeitung und Jugend.

**Welche Wege Printmedien gehen,
um für Jugendliche attraktiv zu sein.**

**Eine Analyse anhand der regionalen
Tageszeitungen Heilbronner Stimme
und Ludwigsburger Kreiszeitung.**

Autor:
Herr Andreas Hennings

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM10wJ2-B

Erstprüfer:
Prof. Horst Müller MBA

Zweitprüfer:
Henning Maak Assessor jur.

Einreichung:
Mittweida, 23. Juli 2013

BACHELOR THESIS

Newspapers and youth.

**What print media do
to be appealing to young people.**

**An analysis based on insights of the
local papers Heilbronner Stimme and
Ludwigsburger Kreiszeitung.**

author:

Mr. Andreas Hennings

course of studies:

Applied Media Economics

seminar group:

AM10wJ2-B

first examiner:

Prof. Horst Müller MBA

second examiner:

Henning Maak Assessor jur.

submission:

Mittweida, 23.07.2013

Bibliografische Angaben

Hennings, Andreas

Zeitung und Jugend. Welche Wege Printmedien gehen, um für Jugendliche attraktiv zu sein. Eine Analyse anhand der regionalen Tageszeitungen Heilbronner Stimme und Ludwigsburger Kreiszeitung.

72 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2013

Abstract

Immer weniger Jugendliche lesen Zeitung, für die Zukunft des Mediums ist diese Altersgruppe aber essentiell. Die vorliegende Bachelorarbeit thematisiert, inwieweit regionale Tageszeitungen in ihrer Form attraktiv für Jugendliche sind und welche Wege Verlage gehen, um Jugendliche zu erreichen. Analysiert werden dabei die Ludwigsburger Kreiszeitung und die Heilbronner Stimme. Als Grundlage wird die aktuelle Situation auf dem Zeitungsmarkt in Deutschland beschrieben. Expertenmeinungen von Thorsten Merkle, Leiter des Wissensnetzwerks „jule: Initiative junge Leser“, sowie Journalist und Blogger Richard Gutjahr runden den Inhalt ab.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
Tabellenverzeichnis	IX
Definitionen	X
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Ziel der Arbeit.....	2
2 Der Zeitungsmarkt	4
2.1 Auflagen- und Reichweitenentwicklung	4
2.2 Tendenz auf dem Anzeigenmarkt.....	8
2.3 Aufstieg der Neuen Medien	11
2.4 Mediennutzung von Jugendlichen	14
3 Analyse von regionalen Tageszeitungen	20
3.1 Vorgehensweise	20
3.2 Auswahl der Kriterien	21
3.3 Ludwigsburger Kreiszeitung	22
3.3.1 Vorstellung der Ludwigsburger Kreiszeitung	22
3.3.2 Inhaltsanalyse der Ludwigsburger Kreiszeitung	23
3.3.3 Jugendrubriken der Ludwigsburger Kreiszeitung.....	32
3.3.4 Vertrieb der Ludwigsburger Kreiszeitung.....	35
3.3.5 Neue Medien bei der Ludwigsburger Kreiszeitung	36
3.4 Heilbronner Stimme	38
3.4.1 Vorstellung der Heilbronner Stimme.....	38
3.4.2 Inhaltsanalyse der Heilbronner Stimme.....	39
3.4.3 Jugendrubriken der Heilbronner Stimme	47
3.4.4 Vertrieb der Heilbronner Stimme	51
3.4.5 Neue Medien bei der Heilbronner Stimme.....	52
3.5 Vergleich der regionalen Tageszeitungen Ludwigsburger Kreiszeitung und Heilbronner Stimme.....	55
3.5.1 Inhalt der Ludwigsburger Kreiszeitung und der Heilbronner Stimme	55

3.5.2	Jugendrubriken der Ludwigsburger Kreiszeitung und der Heilbronner Stimme	57
3.5.3	Vertrieb der Ludwigsburger Kreiszeitung und der Heilbronner Stimme	59
3.5.4	Neue Medien bei der Ludwigsburger Kreiszeitung und der Heilbronner Stimme	60
4	Expertenmeinungen.....	62
4.1	Expertenmeinung jule: Initiative junge Leser	62
4.2	Expertenmeinung Journalist und Blogger Richard Gutjahr	66
5	Fazit und Ausblick	69
	Literaturverzeichnis	XI
	Anhang I: Analyse Ludwigsburger Kreiszeitung.....	XXI
	Anhang II: Analyse Heilbronner Stimme	XXIIX
	Anhang III: Interview mit Thorsten Merkle von jule: Initiative junge Leser	XXI
	Eigenständigkeitserklärung	XLVI

Abkürzungsverzeichnis

BDZV.....Bundesverband deutscher Zeitungsverleger

HSt.....Heilbronner Stimme

IVW.....Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung
von Werbeträgern

LKZ.....Ludwigsburger Kreiszeitung

PI.....Page Impressions

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Durchschnittlich pro Tag verkaufte Auflage von Tageszeitungen in Deutschland von 2003 bis 2012.....	4
Abb. 2: Anzahl von Tageszeitungen in Deutschland von 1990 bis 2012.....	7
Abb. 3: Netto-Werbeinnahmen erfassbarer Werbeträger.....	9
Abb. 4: Marktanteile bei Werbeaufwendungen ausgewählter Werbeträger.....	10
Abb. 5: Entwicklung der Zeitungsanzeigenumfänge von Rubrikenmärkten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum	11
Abb. 6: Prozentualer Anteil der befragten Internetnutzer in Europa, die TV, Zeitungen und Radio online nutzen	12
Abb. 7: Verkaufte E-Paper-Auflage	13
Abb. 8: Medienbeschäftigung von Jugendlichen in der Freizeit	15
Abb. 9: Wichtigkeit der Tageszeitung bei Jugendlichen.....	16
Abb. 10: Wenn sie ein Jahr lang auf etwas verzichten müssten, was würde das sein: die Zeitung oder das Internet?.....	17
Abb. 11: Auf welches Medium kannst du am wenigsten verzichten?	17
Abb. 12: Die Anzahl der Geburten in Deutschland von 1991 bis 2011.....	19
Abb. 13: Anzahl der Artikel in den einzelnen Ressorts der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen	28
Abb. 14: Anzahl der Bilder, Grafiken und Informationskästen zu den Artikeln der Ludwigsburger Kreiszeitung, die in den einzelnen Ressorts von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen	29
Abb. 15: Prozentualer Anteil von grafischen Elementen zu den Artikeln der Ludwigsburger Kreiszeitung, die in den einzelnen Ressorts von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen	30
Abb. 16: Anteil der jeweiligen Spaltenanzahl bei den 347 jugendrelevanten Artikeln der Ludwigsburger Kreiszeitung.....	31
Abb. 17: „ZISCH – Zeitung in der Schule“ in der Ludwigsburger Kreiszeitung	33
Abb. 18: „Aus Ludwigsburger Schulen und Kindertagesstätten“ in der LKZ.....	33
Abb. 19: „Jung gefragt“ in der Ludwigsburger Kreiszeitung	34
Abb. 20: Anzahl der Artikel in den einzelnen Ressorts der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen.....	43
Abb. 21: Anzahl der Bilder, Grafiken und Informationskästen zu den Artikeln der Heilbronner Stimme, die in den einzelnen Ressorts von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen.....	44
Abb. 22: Prozentualer Anteil von grafischen Elementen zu den Artikeln der Heilbronner Stimme, die in den einzelnen Ressorts von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen.....	45
Abb. 23: Anteil der jeweiligen Spaltenanzahl bei den 431 jugendrelevanten Artikeln der Heilbronner Stimme	46
Abb. 24: „stimmt!“ in der Heilbronner Stimme.....	48
Abb. 25: „ZISCH – Zeitung in der Schule“ in der Heilbronner Stimme.....	50
Abb. 26: „Hochschulfenster“ in der Heilbronner Stimme.....	50
Abb. 27: Rubrik „Nachlichter“ in der Heilbronner Stimme.....	51
Abb. 36: Vergleich des Umfangs der jugendrelevanten Inhalte im redaktionellen Teil der Ludwigsburger Kreiszeitung und der Heilbronner Stimme.....	57

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Reichweitenentwicklung der Tageszeitungen	6
Tab. 2: Aufmacher-Artikel auf der Titelseite der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen.....	24
Tab. 3: Artikel auf der Titelseite der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen	24
Tab. 4: Verteilung der Spaltenanzahl bei den jugendrelevanten Artikeln in den Ressorts Lokales, Sport und Magazin der Ludwigsburger Kreiszeitung	31
Tab. 5: Die „ZISCH“-Seiten der Ludwigsburger Kreiszeitung	32
Tab. 6: Aufmacher-Artikel auf der Titelseite der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen	39
Tab. 7: Artikel auf der Titelseite der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen.....	40
Tab. 8: Verteilung der Spaltenanzahl bei den jugendrelevanten Artikeln in den Ressorts Lokales und Sport der Heilbronner Stimme in Prozent.....	47
Tab. 9: Die „ZISCH“-Seiten der Ludwigsburger Kreiszeitung	47
Tab. 10: Die „ZISCH“-Seiten der Heilbronner Stimme	49

Definitionen

- **Auflage einer Tageszeitung**

„Summe aller Exemplare der Ausgabe eines Presseerzeugnisses, die an Endverbraucher vertrieben worden sind. Unerheblich ist dabei, ob diese entgeltlich oder unentgeltlich abgegeben worden sind. Die verbreitete Auflage wird bei IVW-gemeldeten Titeln ausgewiesen.“¹

- **PI**

„Die Kennzahl „Page Impressions“ zeigt die Anzahl der Sichtkontakte von Internet-Nutzern mit einer Web Page. Sie ist die zentrale Maßzahl zur Bestimmung der Reichweite eines Internetangebots.“²

- **Reichweite einer Tageszeitung**

„Der Anteil an einer Gesamtheit, der bei einmaligem oder mehrmaligem Einsatz eines oder mehrerer Werbeträger mindestens einmal erreicht wird.“³

- **Unique User**

„Anzahl unterschiedlicher Besucher einer Website innerhalb einer bestimmten Periode. Mehrere Besuche desselben Nutzers werden dabei nur einmalig berücksichtigt.“⁴

¹ Gabler Wirtschaftslexikon (o.J.)

² Sjurts, Insa 2005, 385

³ Die Zeitungen (o.J.)

⁴ Gabler Wirtschaftslexikon (o.J.)

1 Einleitung

1.1 Problemstellung

„Früher habe ich mich darüber gefreut, wenn Schüler die Süddeutsche Zeitung gelesen haben. Heutzutage bin ich schon froh, wenn ihr überhaupt eine Zeitung lest.“ Diese Worte richtete ein Mitarbeiter des Süddeutschen Verlages im April 2013 an eine Berufsschulklasse und auch an den Autor dieser Arbeit. Das Zitat lässt vermuten, dass sich das Standing der Tageszeitung in den vergangenen Jahren grundlegend verändert hat – gerade bei Jugendlichen.

In der Tat wird der gedruckten Zeitung keine ruhmreiche Zukunft vorausgesagt. Das Printmedium gilt als inaktuell, zeitaufwendig und schwer zu handhaben. Das hat Folgen: Seit mehreren Jahrzehnten sinken in Deutschland die Auflagenzahlen, der Anzeigenmarkt verbuchte mehrere gravierende Einbrüche und das Internet scheint der gedruckten Zeitung mehr und mehr den Rang abzulaufen. Spätestens die Insolvenzen der Financial Times Deutschland und der Frankfurter Rundschau haben im vergangenen Jahr dazu geführt, dass der Begriff „Zeitungssterben“ hierzulande nicht mehr nur in der Medienbranche ein gängiger Begriff ist.

Doch wie geht es weiter? Generell hat sich die Nutzung von Medien in der Gesellschaft als selbstverständlicher Bestandteil des Alltages etabliert. Rund acht Stunden pro Tag hat ein Bundesbürger im Schnitt mit Medien zu tun, rund 30 Minuten entfallen darauf auf die Zeitung.⁵ Diese hatte über mehrere Jahrzehnte eine gesicherte Stellung auf dem Markt, wodurch es für die Verlage lange Zeit keine Notwendigkeit gab, ihr Produkt weiterzuentwickeln. Erst durch die entstandene Konkurrenz durch die Neuen Medien waren und sind Zeitungsverlage unter Zugzwang geraten, um mit einem verbesserten Produkt auf dem Markt mithalten zu können.⁶

Viele Verlage haben diese Herausforderung angenommen und richten ihr Produkt verstärkt auf die Interessen des Lesers, und damit auch crossmedial, aus. Bei dieser Entwicklung sollte es den Zeitungsverlagen auch um die junge Generation von Jugendlichen und jungen Erwachsenen gehen. Zumindest zeichnet sich ab, dass die Zukunft der Tageszeitung in ein paar Jahrzehnten vor allem von dieser abhängen wird.

⁵ Vgl. Lampret, Nina 2007, 31

⁶ Vgl. Lampret, Nina 2007, 31

Von der Generation also, die mit dem Internet, mit Smartphones und Social Media aufgewachsen ist – und sich offenbar kaum mehr für das Lesen einer Zeitung begeistern lässt. Doch warum ist das so? Und werden Jugendliche und junge Erwachsene von den Zeitungen überhaupt angesprochen, befriedigt dieses Medium ihr Informations- und Unterhaltungsbedürfnis? Heutzutage leben die Zeitungsverlage neben den Werbeeinnahmen vor allem von den älteren Generationen, die sich trotz der insgesamt sinkenden Zahlen seit jeher als treue Leserschaft bewiesen haben. In Zukunft werden diese aber zwangsläufig als Kunden wegfallen.

Spätestens dann wird es für die Verlage entscheidend sein, wie die folgenden Generationen mit der Zeitung als Medium zurechtkommen und welche Auswahl sie bei der täglichen Mediennutzung in Anbetracht der wachsenden Konkurrenz der Neuen Medien treffen. Vor allem das Internet wird sich wohl dank seiner Aktualität und seines Eingehens auf die individuellen Interessen des Nutzers auf dem Markt behaupten.⁷ Und die Zeitung? Der Grundstein für ihre Zukunft muss zum Teil wohl bereits heutzutage gelegt werden, indem die junge Generation und das Medium Zeitung zueinander finden. Doch sind Tageszeitungen in ihrer aktuellen Form für Jugendliche auch lesenswert?

1.2 Ziel der Arbeit

Am Beispiel der beiden regionalen Tageszeitungen Ludwigsburger Kreiszeitung und Heilbronner Stimme soll in dieser Arbeit analysiert werden, wie attraktiv diese in ihrer aktuellen Form für Jugendliche sind. Unter den verwendeten Begriff Jugendliche fallen in dieser Arbeit Jungen und Mädchen im Alter von 13 bis 21 Jahren. Dieser Zeitraum wird auch Adoleszenz genannt. Die Blickrichtung geht speziell auf diese Altersklasse, da sie die Leserschaft der Zukunft ist, von der die Zeitungsverlage neben den Werbeeinnahmen zukünftig ihr Einkommen generieren müssen.

Um zu einem Ergebnis zu kommen, werden alle Ausgaben der Ludwigsburger Kreiszeitung und Heilbronner Stimme vom Montag, 6. Mai 2013, bis zum Samstag, 29. Juni 2013, nach mehreren festgelegten Kriterien untersucht. Anhand dieser Analyse sollen unter anderem folgende Fragen geklärt werden: Sprechen die Inhalte der Zeitung junge Leser an? Gibt es Wissenswertes über Schule und Ausbildung? Wird über Jugendliche berichtet? Bietet der Vertrieb Jugendlichen einen Anreiz, um zur Zeitung zu greifen? Welche Projekte gibt es, um Schüler mit der Zeitung zu konfrontieren und die-

⁷ Vgl. Lampret, Nina 2007, 55

se zum Lesen zu animieren? Beide Zeitungen werden zunächst unabhängig voneinander analysiert, bevor die Ergebnisse miteinander verglichen werden.

Um die Thematik „Zeitung und Jugend“ zusätzlich zu vertiefen, werden Expertenmeinungen eingeholt. Zum einen soll mithilfe eines Interviews mit Thorsten Merkle, Leiter des Wissensnetzwerk von „jule: Initiative junge Leser“, ein Einblick verschafft werden, ob Jugendliche heutzutage eine Zielgruppe der Verlage sind und inwieweit die Zeitungshäuser versuchen, junge Leser an sich zu binden. Auch kommt die Rolle der Neuen Medien in Zeitungsverlagen zur Sprache. „jule“ wurde auf Initiative des Bundesverbandes deutscher Zeitungsverleger (BDZV) gegründet. Aktuell tauschen sich über diese Plattform deutschlandweit 70 Mitgliedsverbände darüber aus, wie junge Leser und das Medium Zeitung zueinander finden können. Zum anderen soll mithilfe der Meinung des Journalisten und Bloggers Richard Gutjahr aufgezeigt werden, warum viele Bürger keine Zeitung mehr lesen und wie sich dieses Medium verändern müsste, um unter anderem Jugendliche besser zu erreichen.

Als Grundlage für diese Arbeit und die Analyse der beiden regionalen Tageszeitungen, zeigt der Autor zunächst die aktuelle Situation auf dem Zeitungsmarkt auf. Belegt anhand von Studien und Statistiken wird auf Trends der vergangenen Jahre und Jahrzehnte eingegangen, damit sich mögliche zukünftige Entwicklungen grob abzeichnen lassen. Um den Fokus dabei auch auf die Jugendlichen zu richten, geht es auch um die Mediennutzung von Jugendlichen.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es also, anhand des Aufzeigens der aktuellen Situation auf dem Zeitungsmarkt, einer fundierten Analyse der beiden regionalen Tageszeitungen Ludwigsburger Kreiszeitung und Heilbronner Stimme sowie mithilfe von Expertenmeinungen herauszufinden, ob das Medium Tageszeitung in seiner aktuellen Form für Jugendliche attraktiv und lesenswert ist und welche Wege die Verlage gehen, um speziell in dieser Altersklasse eine höhere Reichweite zu erzielen.

2 Der Zeitungsmarkt

2.1 Auflagen- und Reichweitenentwicklung

Zwei wichtige Indikatoren über den Erfolg und die langfristige Entwicklung eines Printmediums am Markt sind dessen erzielte Auflage und Reichweite. Beide Werte bei gedruckten Tageszeitungen beschreiben quantitativ den Erfolg des Produkts sowie die Größe und Struktur der Leserschaft⁸. Die Auflagenzahlen sind laut der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) seit Jahrzehnten rückläufig: Lag die verkaufte Auflage von Tageszeitungen in Deutschland im Jahr 1991 – als die Zahlen west- und ostdeutscher Zeitungen nach der Wiedervereinigung erstmals addiert wurden – bei 27,3 Millionen, so lag die Zahl im Jahr 2012 nur noch bei 18,4 Millionen Exemplaren. Das entspricht einem Rückgang um insgesamt 32,6 Prozent, im Schnitt ging die verkaufte Auflage in diesem Zeitraum von 22 Jahren pro Jahr um 1,48 Prozent zurück. Diese Entwicklung verschärfte sich innerhalb des Zeitraums von 2003 bis 2012 (Abb. 1), in dem die verkaufte Auflage von Tageszeitungen in Deutschland um 18,58 Prozent von 22,6 Millionen (2003) auf 18,4 Millionen (2012) zurückging – pro Jahr ein Minus von 1,86 Prozent.⁹

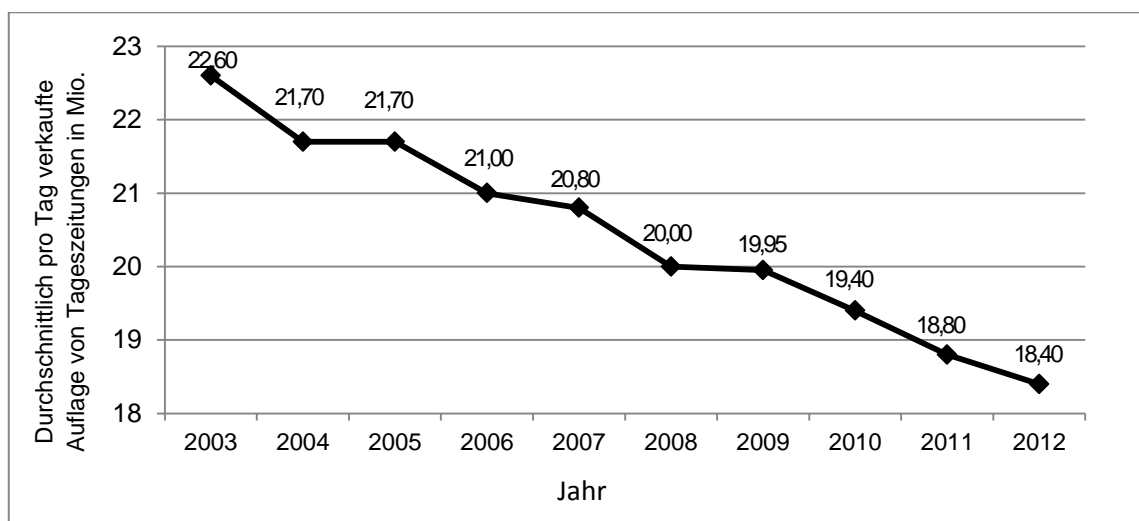


Abb. 1: Durchschnittlich pro Tag verkaufte Auflage von Tageszeitungen in Deutschland von 2003 bis 2012 in Millionen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf: Schütz, Thomas, Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland von 1991 bis 2012, 2012.

⁸ Vgl. Lampret, Nina 2007, 33

⁹ Schütz, Thomas, Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland von 1991 bis 2012, 2012

Unterscheidet man bei der Auflage der Tageszeitungen die verschiedenen Vertriebswege, fällt auf, dass in den Jahren von 2000 bis 2012 vor allem der Einzelverkauf hohe Einbußen zu verzeichnen hatte. Dieser ging innerhalb der 13 Jahre um 41,7 Prozent von 7.079.072 zurück auf 4.129.788 Exemplare. Rückläufig war im gleichen Zeitraum auch die Auflage bei Abonnementzeitungen. Dieser Wert sank um vergleichsweise wenige 13,1 Prozent von 16.435.436 auf 13.111.179 Exemplare pro Tag.¹⁰

Neben der verkauften Auflage nimmt in Deutschland auch die erzielte Reichweite der Tageszeitungen ab. Lag diese im Jahr 2003 in der Bevölkerung ab 14 Jahren noch bei 76,2 Prozent, ist dieser Wert bis ins Jahr 2012 auf 66,6 Prozent gefallen (Tab. 1).¹¹ Das entspricht einem Rückgang um 12,9 Prozent. Männer erwiesen sich als interessierter an dem Medium Zeitung: Bei ihnen betrug die Reichweite im Jahr 2012 68,5 Prozent, bei Frauen 64,9 Prozent¹².

Die Reichweite der deutschen Tageszeitungen ist umso niedriger, je jünger die Zielgruppe ist, das war bereits vor zehn Jahren der Fall. Doch die Unterschiede zwischen Jung und Alt werden immer gravierender, denn die prozentuale Abnahme der Reichweite pro Jahr ist bei Jüngeren deutlich höher als bei Älteren: So liegt die Reichweite bei Jugendlichen im Alter von 14 bis 19 Jahren nur bei 36,5 Prozent. Dieser Wert, der im Jahr 2003 noch bei 53,6 Prozent lag¹³, ist in den vergangenen zehn Jahren um 31,9 Prozent gesunken und zeigt damit deutlich, dass sich Jugendliche durch Tageszeitungen in Papierform immer weniger angesprochen fühlen und kaum noch durch die Verlage erreicht werden. Zwar sinken die Reichweitenwerte auch bei den älteren Bevölkerungsgruppen, jedoch ist die prozentuale Abnahme hier deutlich geringer. Bei den über 70-Jährigen lag die Reichweite im Jahr 2012 bei 79,6 Prozent, im Jahr 2003 waren es 82,7 Prozent gewesen¹⁴. Der Wert sank in den vergangenen zehn Jahren also um verhältnismäßig geringe 3,74 Prozent. Fakt ist, dass die Zahl der Leser von Tageszeitungen insgesamt abnimmt, die älteren Zielgruppen (ab 60 Jahre) bleiben diesem Medium aber zum Großteil treu.

¹⁰ IVW, Auflagenentwicklung der Tageszeitungen seit 1995 nach Zeitungstypen und Vertriebswegen 2013, 16f

¹¹ Arbeitsgemeinschaft Medien-Analyse 2013, 30

¹² Arbeitsgemeinschaft Medien-Analyse / BDZV / Zeitungs Marketing Gesellschaft 2013, 27

¹³ Arbeitsgemeinschaft Medien-Analyse 2013, 30

¹⁴ ebenda

Jahr	14-19 Jahre	20-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-69 Jahre	Ab 70 Jahre	Gesamt- bevölkerung
2003	53,6	63,2	72,2	79,7	83,8	84,8	82,7	76,2
2004	51,8	61,5	71,4	78,4	83,9	84,8	83,7	75,7
2005	49,3	60,3	70,1	77,2	83,1	85,0	83,3	74,8
2006	47,5	58,2	68,7	76,1	82,2	84,2	82,8	73,7
2007	47,8	58,6	68,4	74,4	81,8	84,5	83,1	73,2
2008	47,1	57,7	66,8	73,7	80,6	83,8	82,9	72,4
2009	45,1	56,3	65,0	72,6	79,8	83,0	82,2	71,4
2010	42,3	53,3	63,2	71,2	78,4	81,8	82,0	69,6
2011	39,6	50,5	61,8	70,4	76,6	81,3	81,3	68,4
2012	36,5	49,6	59,7	68,4	75,0	79,0	79,6	66,6

Tab. 1: Reichweitenentwicklung der Tageszeitungen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf: Arbeitsgemeinschaft Medien-Analyse 2013, 30.

Zumindest europaweit weist Deutschland mit der erzielten Reichweite von Tageszeitungen noch vergleichsweise hohe Werte auf: Als bevölkerungsreichstes Land des Kontinents steht Deutschland mit einer Reichweite von 69,6 Prozent auf Platz acht hinter Norwegen (72 Prozent), Österreich (73 Prozent) und Luxemburg (76 Prozent). Spitzenreiter sind Portugal (87 Prozent), Schweden (81 Prozent) und Finnland (78 Prozent). Vergleichsweise niedrige Werte finden sich unter anderem in Frankreich, Italien (beide 46 Prozent) und Spanien (38 Prozent).¹⁵

Doch nicht nur bei Auflage und Reichweite zeichnet sich in Deutschland seit Jahrzehnten ein Abwärtstrend ab. Auch die Anzahl der existierenden Tageszeitungen wird immer geringer. Im Jahr 1965 gab es allein im alten Bundesgebiet 543 verschiedene Tageszeitungen auf dem Markt. Seitdem hat sich die Anzahl – mit Ausnahme nach der Wiedervereinigung im Jahr 1990, die einen Anstieg von 394 (1990) auf 426 (1992) zur Folge hatte – stetig verringert. Im Jahr 2000 existierten in Deutschland 388 verschiedene Tageszeitungen, im Vergleich zum Jahr 1965 bedeutet das ein Minus von 28,5 Prozent. Bis August 2012 sank die Zahl weiter auf 333 verschiedene Tageszeitungen (Abb. 2).¹⁶ Allein in diesem Jahrtausend ging der Wert also um 14,17 Prozent zurück.

¹⁵ World Association of Newspapers and News Publishers 2013, 38

¹⁶ Schütz, Thomas, Anzahl der Tageszeitungen in Deutschland von 1965 bis 2012, 2012

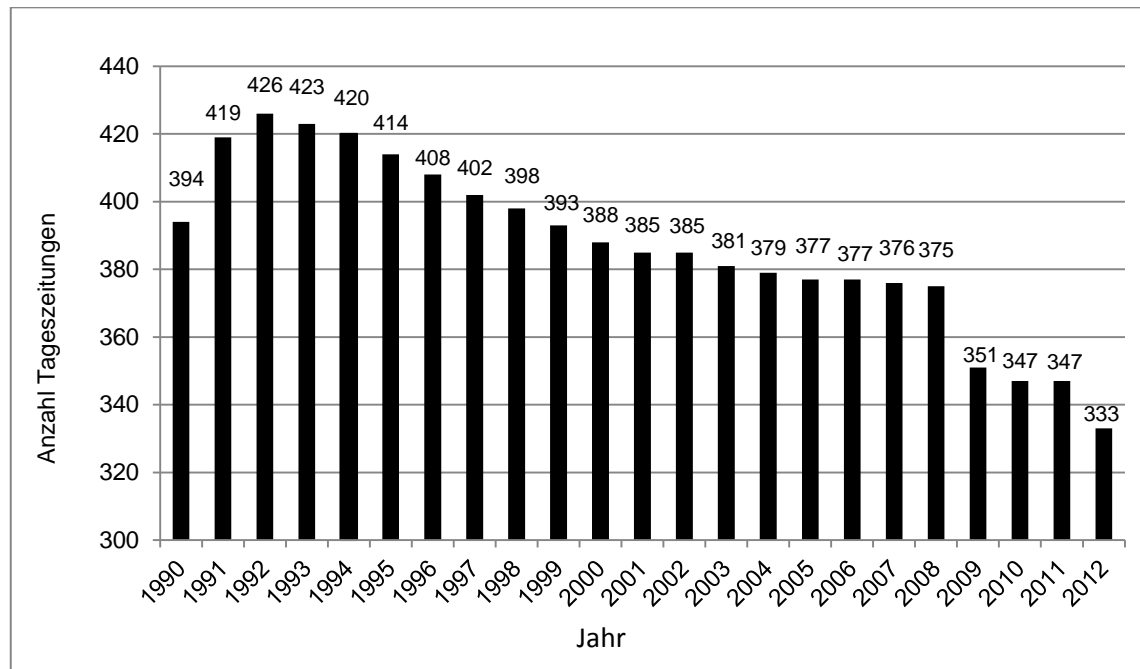


Abb. 2: Anzahl von Tageszeitungen in Deutschland von 1990 bis 2012. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf: Schütz, Thomas. Anzahl der Tageszeitungen in Deutschland von 1965 bis 2012, 2012.

Allein im Jahr 2012 mussten folgende Tageszeitungen ihr Erscheinen wegen wirtschaftlicher Schwierigkeiten einstellen: Financial Times Deutschland, Nürnberger Abendzeitung sowie die insolvent gegangene Frankfurter Rundschau, die als erste große überregionale Zeitung vom so genannten Zeitungssterben in Deutschland betroffen war und im Februar 2013 von der Frankfurter Allgemeinen Zeitung GmbH und dem Schwesterverlag Frankfurter Societät GmbH übernommen wurde¹⁷.

Die Abnahme der Zahl von Tageszeitungen in Deutschland ist auch die Folge von immer weniger existierenden Verlagshäusern, die Zeitungen herausgeben. Im Jahr 1954 gab es deutschlandweit 624 Verlage dieser Art, bis ins Jahr 2012 hat sich diese Zahl auf nur noch 333 herausgebende Verlagshäuser beinahe halbiert. Auffallend ist, dass sich die Anzahl deutscher Zeitungsverlage von den Jahren 1999 mit 355 Verlagen bis 2011 mit 347 Verlagen nahezu stabilisiert hatte. Allein im Jahr 2012 gab es dann aber 14 Verlage weniger als im Vorjahr.¹⁸

Stabilisiert seit der deutschen Wiedervereinigung hat sich die Anzahl von Sonntagszeitungen. 1991 gab es sieben verschiedene Ausgaben auf dem Markt, seit 2009 hat sich

¹⁷ Vgl. Oversohl, Martin 2013

¹⁸ Schütz, Thomas, Entwicklung der Tages-, Sonntags- und Wochenzeitungen von 1954 bis 2012 2013, 4

die Zahl bei sechs eingependelt. Ein stärkeres Minus weist die Anzahl verschiedener Wochenzeitungen auf, wovon 1991 noch 29 verschiedene existierten, 2012 nur 20.¹⁹

Gründe, warum das Medium Zeitung sich auf dem Markt immer schwerer tut, sind vielfältig. Zum einen setzt das Lesen der Zeitung eine hohe Nutzungsintensität des Rezipienten voraus: Buchstaben müssen durch das Lesen in Sinn und Bedeutung übertragen werden. Zum anderen nehmen die Lust am Lesen und Lesekompetenzen bei den Bürgern seit Jahren ab – vor allem bei jungen Menschen. Diese Entwicklung sorgt dafür, dass der Leseaufwand bei einer Zeitung immer seltener betrieben wird. Leichter tun sich hingegen z.B. der Hörfunk und das Fernsehen, bei denen die Nutzung meist in passiver Form geschieht²⁰. Darüber hinaus punkten andere Medien wie das Internet durch ihre Aktualität und die zahllosen Möglichkeiten, individuelle Interessen- und Informationsbedürfnisse zu befriedigen. Wenn hingegen die Tageszeitung am Morgen erscheint, sind Inhalte darin oft bereits überholt.

2.2 Tendenz auf dem Anzeigenmarkt

Neben den Einnahmen durch den Vertrieb der Zeitung im Abonnement- und Einzelverkauf (52,8 Prozent) werden Tageszeitungen zu 40,1 Prozent über Anzeigen finanziert. Dazu kommen 7,1 Prozent durch Fremdbeilagen.²¹ Im Jahr 2011 nahmen die Zeitungsverlage durch veröffentlichte Werbung 3,56 Milliarden Euro ein. Im Vergleich zu anderen Werbeträgern (Abb. 3) liegt die Tageszeitung damit in Deutschland auf Platz zwei hinter der Fernsehwerbung, die für 3,98 Milliarden Euro Werbeeinnahmen gesorgt hat. Im Vergleich zu Wochen- und Sonntagszeitungen (0,21 Milliarden Euro) und Werbung im Hörfunk (0,71 Milliarden Euro) verzeichneten die Verlage von Tageszeitungen also deutlich höhere Einnahmen. Die Höhe der Werbeeinnahmen von Online-Werbung lag 2011 bei 0,99 Milliarden Euro.²²

¹⁹ Schütz, Thomas, Entwicklung der Tages-, Sonntags- und Wochenzeitungen von 1954 bis 2012 2013, 4

²⁰ Vgl. Lampret, Nina 2007, 32

²¹ BDZV 2011

²² Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft / BDZV 2013, 18

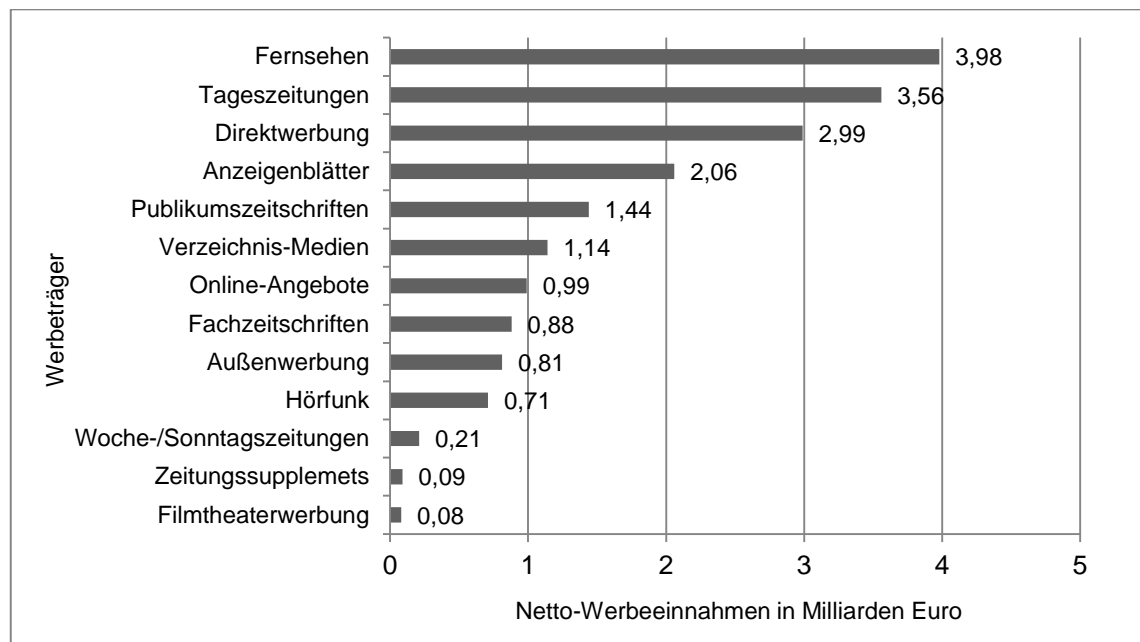


Abb. 3: Netto-Werbeereinnahmen erfassbarer Werbeträger in Milliarden Euro. Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft / BDZV, 2013, 18.

Die Werte der Tageszeitungen auf dem deutschen Anzeigenmarkt sind – auch bedingt durch den direkten Zusammenhang mit der negativen Entwicklung von Auflage und Reichweite²³ – seit Jahren rückläufig. Im Jahr 1998 verzeichneten die herausgebenden Verlage Werbeeinnahmen in Höhe von 5,87 Milliarden Euro, seitdem sinken die Werte. Im Jahr 2002 betrugen die Einnahmen 4,94 Milliarden Euro, 2010 nur 3,64 Milliarden Euro²⁴. Im Jahr 2011 gingen die Werbeeinnahmen bei Tageszeitungen mit 3,56 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahr also um 2,2 Prozent zurück – bei keinem anderen Werbeträger ist dieser Wert in diesem Zeitraum stärker gesunken. Bei Wochen- und Sonntagszeitungen gingen die Werbeeinnahmen um 1,9 Prozent, bei Zeitungssupplements um 0,8 Prozent zurück. Auffällig ist der enorme Anstieg der Werbeeinnahmen bei Online-Medien – allein im Jahr 2011 nahmen diese mit 990 Millionen Euro um 15,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr 2010 (861 Millionen Euro) zu.²⁵

Diese Tatsache, dass die Werbeeinnahmen der Tageszeitung im Vergleich der Werbemittel am stärksten sinken, zieht nach sich, dass die Tageszeitung einen immer niedrigeren Marktanteil bei den gesamten Werbeaufwendungen hat (Abb. 4). Lag der Anteil im Jahr 1990 bei 32,9 Prozent, so ging dieser bis ins Jahr 2010 auf 19,4 Prozent

²³ Vgl. Lampret, Nina 2007, 35

²⁴ Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft 2013, 19

²⁵ ebenda

zurück. Das Fernsehen, das im Jahr 1990 noch bei 11,6 Prozent lag, hat mit 21,1 Prozent im Jahr 2010 einen inzwischen höheren Marktanteil. Etwa gleichbleibend war der Marktanteil des Hörfunks, der sowohl im Jahr 1990 als auch im Jahr 2010 bei 3,7 Prozent lang. Seit dem Jahr 1998 verzeichnen auch Online-Angebote einen Marktanteil. Dieser ist bis ins Jahr 2010 von 0,1 Prozent auf 4,6 Prozent gestiegen – Tendenz weiter steigend.²⁶

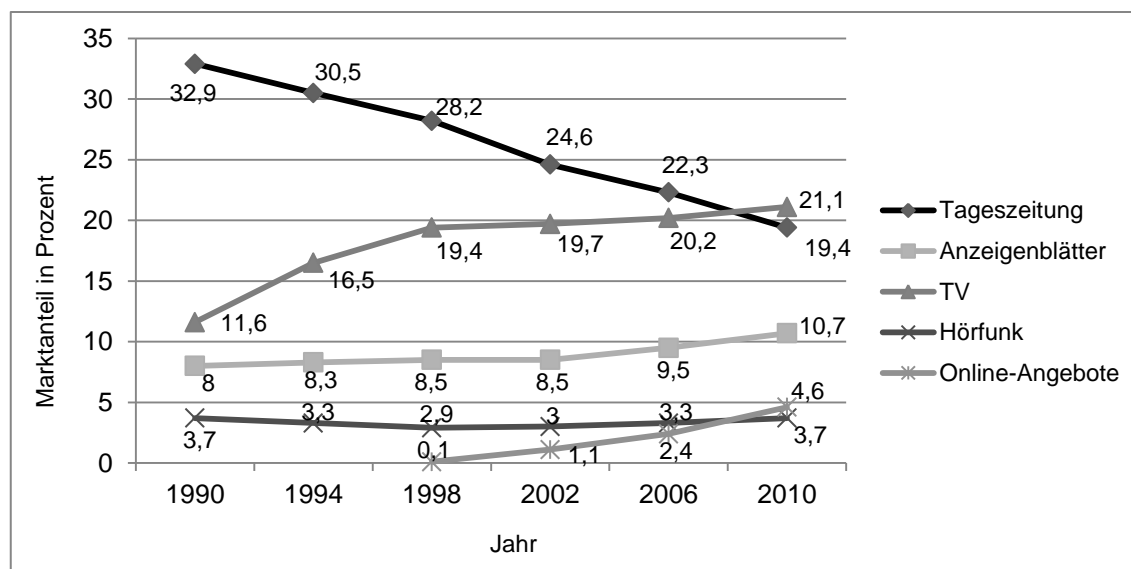


Abb. 4: Marktanteile bei Werbeaufwendungen ausgewählter Werbeträger. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft 2013, 19.

Innerhalb des Anzeigenmarktes hatten die geschäftlichen Anzeigen im Jahr 2011 mit 48,5 Prozent den größten Anteil auf dem Markt. Diese teilten sich in regionale (27,5 Prozent) und überregionale (20,9 Prozent) auf. Den zweitgrößten Anteil verzeichneten die Stellenanzeigen mit 13,3 Prozent, gefolgt von den Familienanzeigen mit 10,7 Prozent, Immobilienanzeigen mit 7,0 Prozent und Kfz-Anzeigen mit 6,3 Prozent.²⁷

Prägnant ist die Tatsache, inwieweit sich die gesamten Umfänge der Zeitungsanzeigen in den einzelnen Rubriken mit der Zeit verringern, z.B. im Zeitraum Januar bis September 2009 gegenüber dem gleichen Zeitraum im Vorjahr 2008 (Abb. 5). Die Stellenanzeigen gingen dabei um 43 Prozent zurück, deutlich sinkende Tendenzen gab es auch bei den Immobilien- (-19 Prozent) und Kfz-Anzeigen (-17 Prozent).²⁸

²⁶ Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft 2013, 19

²⁷ BDZV / Zeitungs Marketing Gesellschaft 2013, 22

²⁸ Zeitungs Marketing Gesellschaft 2009

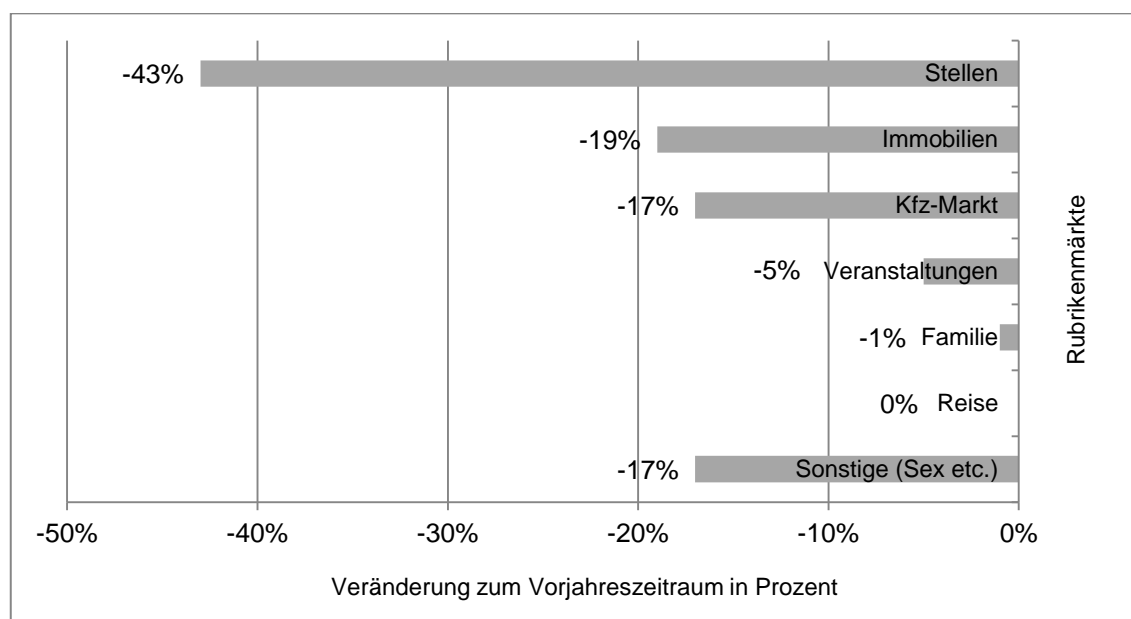


Abb. 5: Entwicklung der Zeitungsanzeigenumfänge von Rubrikenmärkten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Quelle: Zeitungs Marketing Gesellschaft. Entwicklung der Zeitungsanzeigenumfänge von Rubrikenmärkten (Januar bis September) 2009 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, 2009.

Im europaweiten Vergleich der Werbeerlöse einzelner Werbeträger aus den ersten Halbjahren der Jahre 2011 und 2012²⁹ steht nur die Zeitschrift mit einem Rückgang um 6,9 Prozent schlechter da als die Zeitung, deren Einnahmen um 5,2 Prozent zurückging. Ein Minus um 2,2 Prozent verzeichnet das Fernsehen, ein leichtes Plus hingegen der Hörfunk um 0,8 Prozent und das Kino um 0,4 Prozent. Gewinner dieser Entwicklung sind vor allem die Online-Medien, die mit 11,2 Prozent das mit Abstand größte Wachstum verzeichnen.

2.3 Aufstieg der Neuen Medien

Laut der ARD/ZDF-Onlinestudie³⁰, bei der jährlich rund 800 Bundesbürger ab 14 Jahren befragt werden, nutzten im Jahr 2012 75,9 Prozent der deutschen Bundesbürger – das entspricht 53,4 Millionen Personen – gelegentlich das Internet, 74,4 Prozent davon innerhalb der vier Wochen vor der Befragung. Im Jahr 2000 waren es noch 28,6 Prozent (18,3 Millionen) gewesen, die gelegentlich das Internet nutzten. Der Wert hat sich also nahezu verdreifacht. Die am häufigsten genutzten Online-Inhalte waren im Jahr

²⁹ Nielsen Media Research 2012

³⁰ ARD/ZDF-Onlinestudie, Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland von 1997 bis 2012, 2012, 363

2012 aktuelle Nachrichten mit 59 Prozent, an zweiter Stelle mit 54 Prozent folgten aktuelle Serviceinformationen wie das Wetter oder der Verkehr. Den mit 51 Prozent dritthöchsten Wert erzielen Regionalnachrichten/ und -informationen.³¹

Trotz der vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten des Internets wird online vor allem das Medium Zeitung genutzt. Das hat eine Umfrage³² von Mediascope Europe im Februar 2012 mit über 50.000 befragten Internetnutzern ab 16 Jahren in 28 Ländern (Abb. 6) ergeben. Demnach lesen z.B. 93 Prozent der 35- bis 54-Jährigen entsprechende Online-Angebote von Zeitungsverlagen. Der Wert des Online-TVs bei den 35- bis 44-Jährigen liegt hingegen nur bei 81 Prozent, bei 45- bis 54-Jährigen bei 70 Prozent. Das Webradio wird von 78 Prozent bzw. 60 Prozent der Befragten in beiden Altersklassen genutzt – ebenfalls ein deutlich niedrigerer Wert als bei der Zeitung.

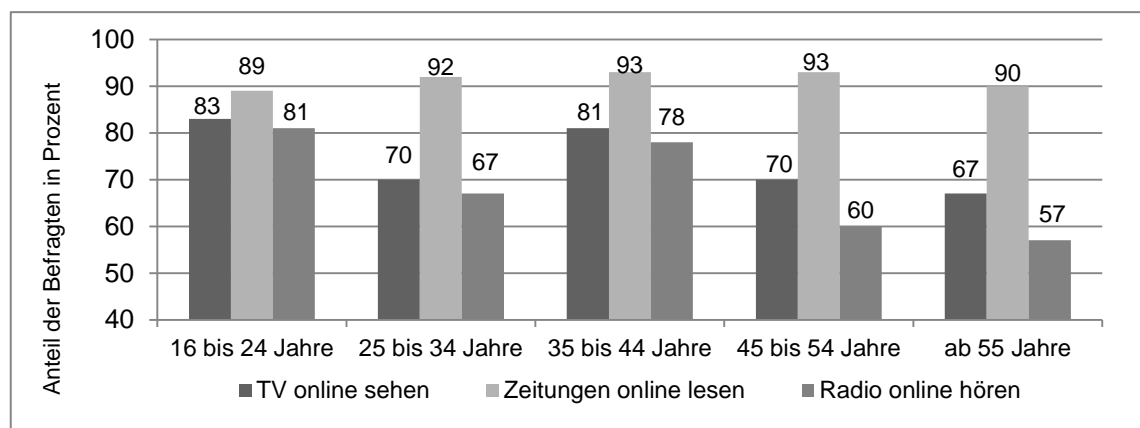


Abb. 6: Prozentualer Anteil der befragten Internetnutzer in Europa, die TV, Zeitungen und Radio online nutzen. Quelle: Mediascope Europe 2012.

Neben dem immer weiter steigenden Marktanteil der Online-Medien bei Werbeaufwendungen unterstreicht dieses Nutzungsverhalten, dass die Neuen Medien eine immer größere Rolle in der Zeitungsbranche spielen. Insgesamt 28,2 Millionen Unique User zählten die Online-Angebote der Zeitungen in Deutschland im Jahr 2012, damit wurde eine Reichweite von 40,2 Prozent erzielt³³. Die Online-Reichweite ist damit aktuell niedriger als die Reichweite der Print-Produkte der Tageszeitungen, die im Jahr 2012 bei 66,6 Prozent lag³⁴. Die Online-Angebote von regionalen Abonnementzeitungen erreichten im Jahr 2012 20,6 Millionen Unique User und eine Reichweite von 29,3 Pro-

³¹ ARD/ZDF-Onlinestudie, Genutzte Onlineinhalte von 2004 bis 2012, 2012, 370

³² Mediascope Europe 2012

³³ Arbeitsgemeinschaft Online Forschung / Zeitungs Marketing Gesellschaft, 2012

³⁴ Arbeitsgemeinschaft Medien-Analyse 2013, 30

zent, überregionale Zeitungen zählten 15,4 Millionen Unique User und eine Reichweite von 22 Prozent.³⁵

Ganze Ausgaben oder einzelne Texte der Zeitungen online zu lesen, funktioniert vor allem mit dem E-Paper. Entsprechend zeigte die verkaufte E-Paper-Auflage von Zeitungen in Deutschland in den vergangenen Jahren ein deutliches Wachstum (Abb. 7): Noch im Jahr 2005 gab es eine Anzahl der Abrufe von 21.121, im Jahr 2012 lag diese bei 196.740 Kopien. Dieser Wert wuchs in diesem Zeitraum exponentiell an: Gab es in den Jahren von 2005 bis 2010 ein Auflagen-Plus von 74.142, so stieg die E-Paper-Auflage allein von 2010 bis 2012 um weitere 101.477 Exemplare an.³⁶

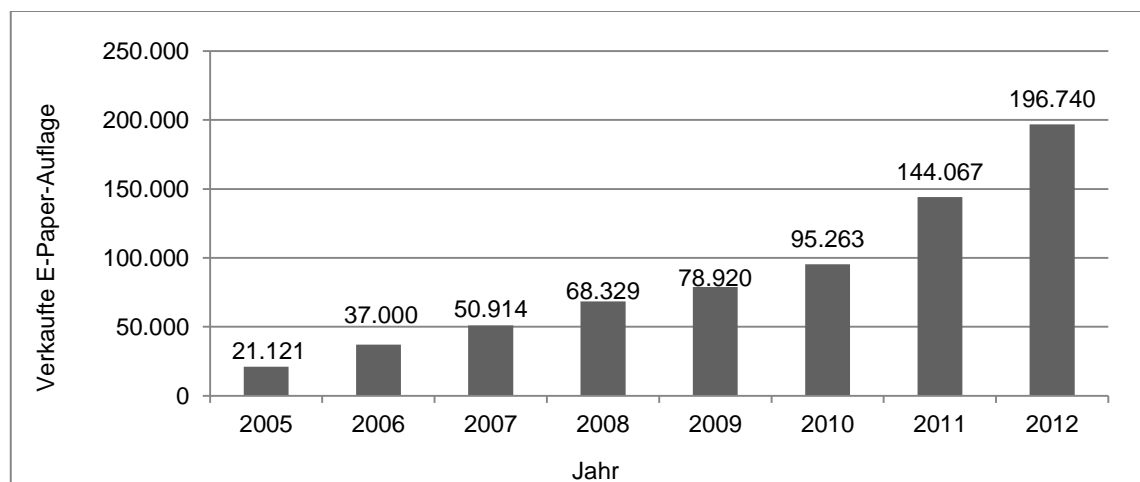


Abb. 7: Verkaufte E-Paper-Auflage. Quelle: IVW, Verkaufte E-Paper-Auflage in Deutschland von 2005 bis 2012, jeweils 2. Quartal, 2012.

Mit einer E-Paper-Auflage von 29.901 wies die Bild-Zeitung im ersten Quartal des Jahres 2013 den höchsten Wert aller überregionalen Tageszeitungen in Deutschland auf, gefolgt von der Süddeutschen Zeitung (17.357) und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (17.219). Der Vorsprung dieses Trios auf die taz (7.579) und die Welt (4.320) ist beträchtlich.³⁷ Insgesamt sind die Auflagenzahlen der E-Paper aber deutlich geringer als die der Tageszeitungen. So hatte die gedruckte Bild-Zeitung im ersten Quartal 2013, exklusive E-Paper, eine Auflage von 2,46 Millionen Exemplaren³⁸.

³⁵ Arbeitsgemeinschaft Online Forschung / Zeitungs Marketing Gesellschaft, 2012

³⁶ IVW, Verkaufte E-Paper-Auflage in Deutschland von 2005 bis 2012, jeweils 2. Quartal, 2012

³⁷ IVW, E-Paper-Auflagen der überregionalen Tageszeitungen in Deutschland im 1. Quartal 2013, 2013

³⁸ IVW, Verkaufte Auflage der Bild Deutschland 1/2013 in Millionen, 2013

Um Leser auf ihr Produkt aufmerksam zu machen, Kunden zu gewinnen und zu binden sowie eine Steigerung der Zugriffszahlen auf der eigenen Website zu generieren – und damit höhere Online-Werbeerlöse zu erzielen – nutzen Zeitungsverlage unter anderem soziale Netzwerke. Nach einer Analyse³⁹ von Christian Hoffmeister, Geschäftsführer der Agentur Bulletproof Media, der im September 2011 insgesamt 400 Internetangebote von Zeitungen untersuchte, hatten 96 Prozent aller deutschen Zeitungen eine Seite auf Facebook und 89 Prozent nutzten den Kurznachrichtendienst Twitter. Immerhin 43 Prozent der Zeitungen veröffentlichten Videos auf YouTube, 35 Prozent waren in den VZ-Netzwerken wie StudiVZ präsent.

Im Vergleich aller Printmedien erzielt Der Spiegel mit seinem Social Media-Angebot die höchste Reichweite. Im Januar 2011, als die Agentur Vierpartner ihre bislang letzte Statistik über Social-Media-Reichweiten deutscher Printmedien veröffentlichte, lag der Wert, der sich aus der User-Anzahl auf Facebook, Twitter und YouTube summiert, bei 786.762 Usern pro Tag. Damit verweist der Spiegel die Bild-Zeitung (326.217), die Zeit (148.122) und die Süddeutsche Zeitung (88.609) deutlich auf die Plätze.⁴⁰

2.4 Mediennutzung von Jugendlichen

Jugendliche wachsen heutzutage in einer von Medien geprägten Umgebung auf. Seit dem Jahr 2010 nutzen 100 Prozent der 14- bis 19-Jährigen gelegentlich das Internet⁴¹.

Die Mobilität beim Mediennutzungsverhalten ist heutzutage beinahe eine Selbstverständlichkeit. Das zeigt die JIM-Studie, die seit 1998 jährlich telefonisch bei rund 1.000 Jugendlichen vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest durchgeführt wird. Dabei handelt es sich um eine als Langzeitprojekt angelegte Studie über den Umgang von zwölf- bis 19-Jährigen mit Medien und Information, bei der allgemeine Entwicklungen und Trends dokumentiert werden⁴². 2012 nutzten demnach 83 Prozent täglich ihr Handy, es folgten das Internet (68 Prozent), der Mp3-Player (63 Prozent), das Fernsehen (62 Prozent) und das Radio (60 Prozent). 26 Prozent der Befragten nutzten täglich die Tageszeitung, 41 Prozent zumindest mehrmals in der Woche. Zehn Prozent lasen diese täglich online, 18 Prozent mehrmals pro Woche⁴³ (Abb.8). Auffällig

³⁹ Vgl. Hoffmeister, Christian 2011

⁴⁰ Vierpartner 2011

⁴¹ ARD/ZDF-Onlinestudie, Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland von 1997 bis 2012, 2012, 363.

⁴² Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2012, 3f

⁴³ Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2012, 12

ist, dass Jungen bei der Tageszeitung eine höhere Präferenz haben: 45 Prozent (online: 21 Prozent) lasen mehrmals die Woche darin, bei den Mädchen waren es nur 35 Prozent (online: 13 Prozent)⁴⁴.

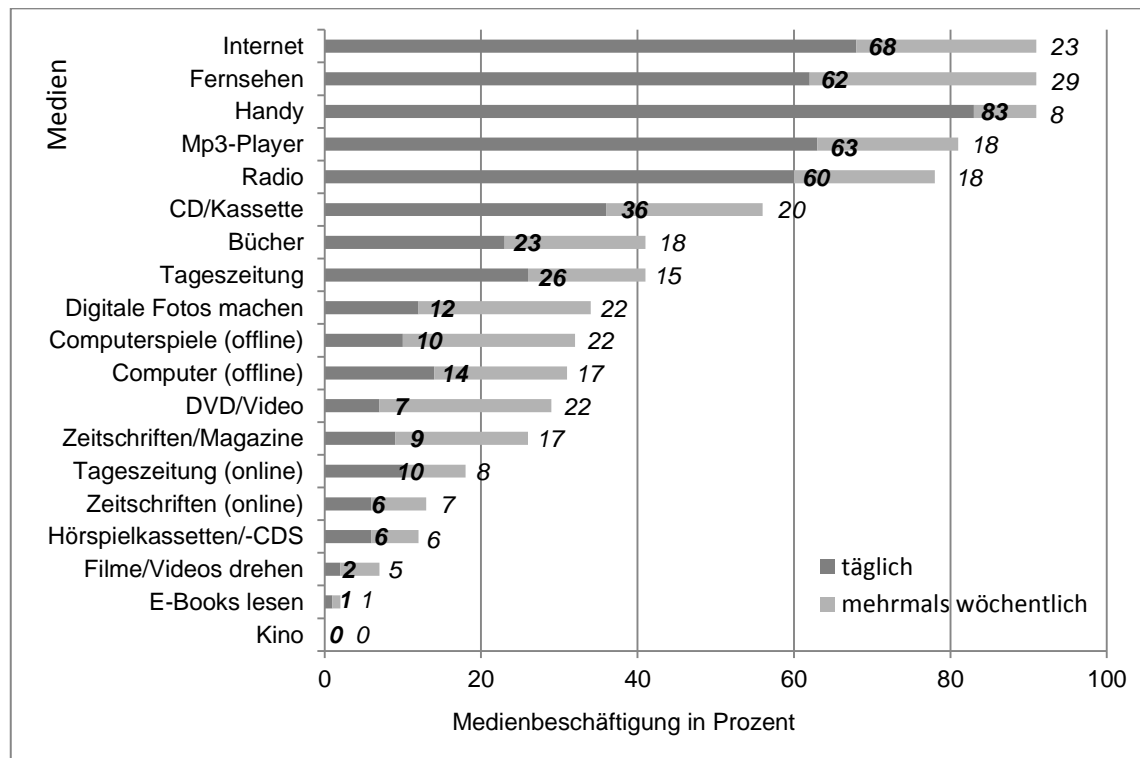


Abb. 8: Medienbeschäftigung von Jugendlichen in der Freizeit. Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2012, 13.

Dieser Unterschied zwischen beiden Geschlechtern und das generell schlechte Abschneiden der Tageszeitung spiegeln sich nicht nur in der Nutzungsintensität sondern laut der JIM-Studie 2012⁴⁵ bei zwölf- bis 19-Jährigen auch bei der Wichtigkeit des Mediums für den jugendlichen Rezipienten ab. 47 Prozent der Jungen halten es für sehr wichtig oder wichtig, die Tageszeitung zu lesen, nur das Lesen von Büchern schneidet mit 45 Prozent schlechter ab. Auch bei den Mädchen liegt die Tageszeitung auf dem vorletzten Platz. Nur für 36 Prozent ist diese ein sehr wichtiges oder wichtiges Medium, dahinter folgen PC- und Videospiele mit 29 Prozent. Die wichtigsten drei Medien sind Musik (Jungen: 92 Prozent, Mädchen: 87 Prozent), das Internet (Jungen und Mädchen: jeweils 88 Prozent) und das Handy (Jungen: 87 Prozent, Mädchen: 74 Prozent).

⁴⁴ Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2012, 13

⁴⁵ Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2012, 14

Festzuhalten ist dabei, dass die Wichtigkeit des Mediums Tageszeitung mit fortschreitendem Alter ansteigt. Nach der genannten JIM-Studie 2012⁴⁶ halten diese nur 21 Prozent der zwölf- und 13-Jährigen für sehr wichtig oder wichtig, bei den 18- und 19-Jährigen sind es hingegen 60 Prozent (Abb. 9). Was in der Zeitung von Jugendlichen am liebsten gelesen wird, ist bislang allerdings kaum erforscht worden. Ausgerechnet beim am meisten genutzten Printmedium bei Jugendlichen, der Zeitung, ist über inhaltliche Präferenzen am wenigsten bekannt⁴⁷.

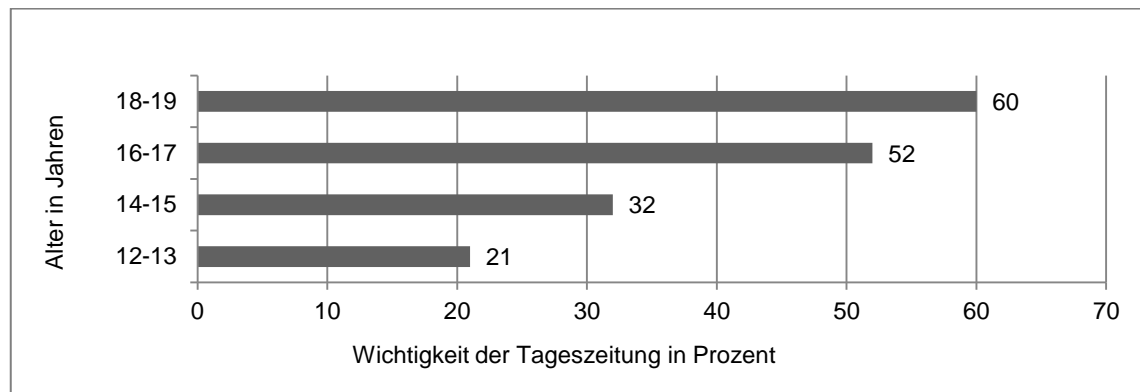


Abb. 9: Wichtigkeit der Tageszeitung bei Jugendlichen. Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2012, 14.

Wie unterschiedlich die Mediennutzung heutzutage zwischen Erwachsenen und Jugendlichen ist und welche verschiedenen Prioritäten gesetzt werden, belegt eine Umfrage der Stiftung für Zukunftsfragen aus dem Jahr 2012, bei der über 2.000 Bürger ab 14 Jahren (Abb. 10) befragt worden sind.⁴⁸ Dabei geht es um die Frage, auf was man ein Jahr lang lieber verzichten würde: die Zeitung oder das Internet. Demnach würden 58 Prozent der Bevölkerung lieber auf das Internet verzichten, 42 Prozent auf die Zeitung. Markant dabei: Je älter die Befragten sind, desto lieber würden sie auf das Internet verzichten. Bei den Befragten, die 70 Jahre oder älter sind, würden 97 Prozent lieber auf das Internet verzichten. Bei den 14- bis 19-Jährigen ist es umgekehrt: 89 Prozent würden lieber auf die Zeitung verzichten, elf Prozent auf das Internet. Bei Bürgern im Alter von 20 bis 29 Jahren sind die Werte ähnlich: Zehn Prozent würden lieber auf das Internet verzichten, 90 Prozent auf die Zeitung.

⁴⁶ ebenda

⁴⁷ Vgl. Philipp, Maik 2011, 53

⁴⁸ Institut für Zukunftsfragen 2012

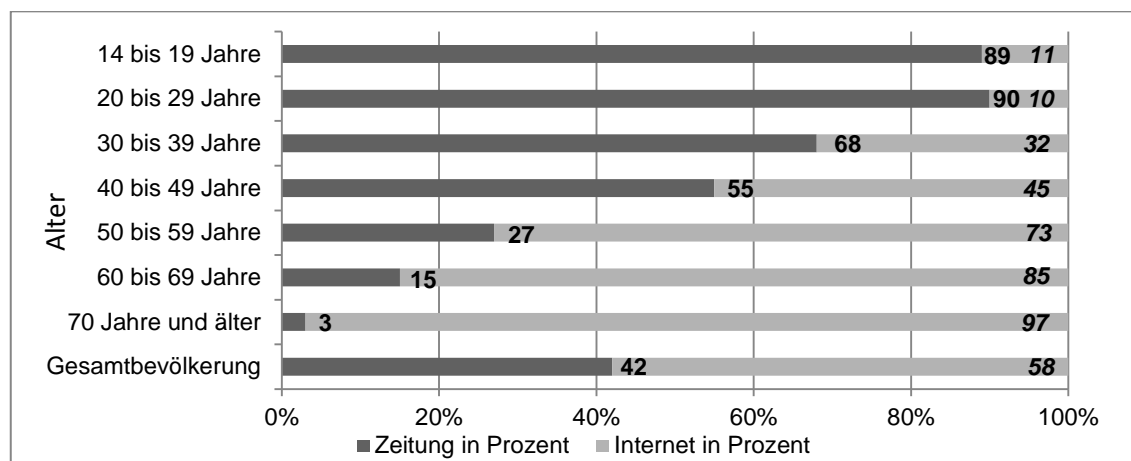


Abb. 10: Wenn sie ein Jahr lang auf etwas verzichten müssten, was würde das sein: die Zeitung oder das Internet? Quelle: Institut für Zukunftsfragen 2012.

Speziell auf das Medien-Nutzungsverhalten von Jugendlichen im Alter von zwölf bis 19 Jahren geht auch die JIM-Studie 2008 ein, bei der 1.208 Jugendliche befragt worden sind (Abb. 11). Auf die Frage, auf welches Medium man am wenigsten verzichten könne, steht das Internet mit 30 Prozent bei Jungen und 28 Prozent bei Mädchen klar auf Platz eins. Bei Jungen folgen darauf allgemein der Computer mit 29 Prozent und der Fernseher mit 15 Prozent, bei den Mädchen der Mp3-Player mit 19 Prozent und ebenfalls der Fernseher mit 16 Prozent. Von den acht zur Wahl stehenden Medien schneidet vor allem die Zeitung schlecht ab: Mit gerade einmal vier Prozent bei Jungen und zwei Prozent bei Mädchen, ist die Zeitung für den Großteil der Jugendlichen verzichtbar. Nur das Radio (fünf Prozent) und Zeitschriften (zwei Prozent) schneiden bei Jungen schlechter ab, bei Mädchen belegt die Zeitung sogar den letzten Platz.⁴⁹

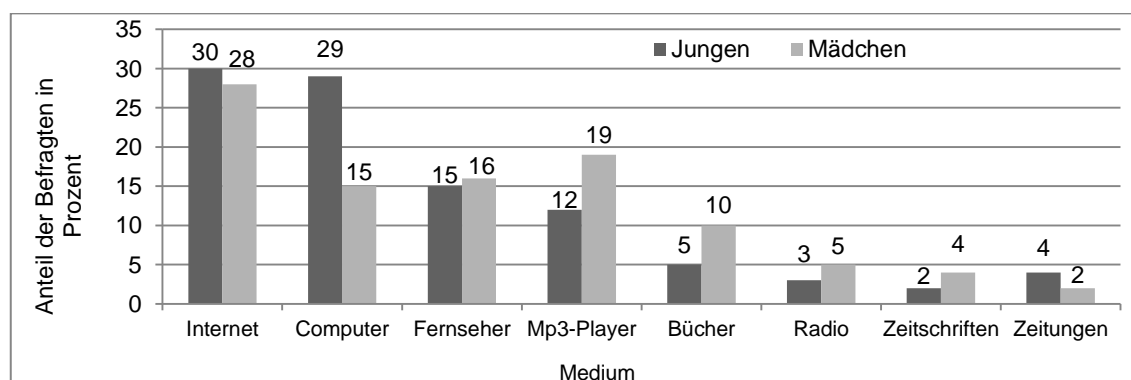


Abb. 11: Auf welches Medium kannst du am wenigsten verzichten? Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2008, 17.

⁴⁹ Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2008, 17

Dass die Tageszeitung in ihrer Print-Ausgabe für Jugendliche kaum noch interessant ist, zeigt auch eine Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach aus dem Jahr 2012, nach der insgesamt 64 Prozent der 1.600 Befragten ab 16 Jahren der Aussage zustimmten: „Ich lese Zeitungen und Zeitschriften lieber gedruckt auf Papier als am Bildschirm“. Weitaus niedriger als dieser Durchschnittswert war das Votum bei den 16- bis 29-Jährigen, die dieser Aussage nur zu 47 Prozent zustimmten.⁵⁰

Dabei hat die Tageszeitung bei Jugendlichen eigentlich einen guten Ruf: Nach der JIM-Studie 2012, bei der 1.201 Jugendliche im Alter von zwölf bis 19 Jahren nach ihrem Vertrauen in die einzelnen Medien befragt worden sind, würden 48 Prozent der Jugendlichen bei widersprüchlicher Berichterstattung eher dem Medium Tageszeitung vertrauen. Das Fernsehen mit 22 Prozent, das Radio mit 17 Prozent und das Internet mit elf Prozent weisen weitaus niedrigere Werte auf.⁵¹

Dass Jugendliche kaum Zeitung lesen und als Zielgruppe nicht erreicht werden, zeigt auch eine weitere Studie des IfD Allensbach aus dem Jahr 2012, bei der 8.623 Personen im Alter von 14 bis 69 Jahren danach befragt worden sind, ob sie sich am jeweils vorigen Tag über die Zeitung oder das Internet über das aktuelle Geschehen informiert haben⁵². Während die Befragten in den Altersgruppen 30 bis 49 Jahre (40,4 Prozent) und 50 bis 64 Jahre (59,7 Prozent) demnach in der Mehrheit zur Zeitung griffen, lasen bei den 14- bis 29-Jährigen nur 17,8 Prozent in der Zeitung, 30,1 Prozent informierten sich hingegen über das Internet, also fast doppelt so viele.

Im Gegensatz zu anderen Medien, wie vor allem dem Fernsehen, Hörfunk und Internet, nimmt bei der jüngeren Altersgruppe auch die Reichweite der Tageszeitung seit Jahren ab⁵³. Die Jugend orientiert sich also an anderen verfügbaren Medien, auch die Mobilität auf dem Handy fällt dabei immer mehr ins Gewicht: Im Jahr 2012 nutzen laut der ARD/ZDF-Onlinestudie, bei der 1.366 Bundesbürger ab 14 Jahren befragt worden sind, 46 Prozent der 14- bis 19-Jährigen einen mobilen Internetzugang⁵⁴ – also fast jeder Zweite.

Diese Entwicklung, dass es zukünftig immer weniger Zeitungsleser geben wird, wird durch den demografischen Wandel verstärkt. Demnach gibt es in Deutschland immer

⁵⁰ Institut für Demoskopie Allensbach, Umfrage zur Präferenz für gedruckte Ausgaben bei Printmedien 2012

⁵¹ Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2012, 16

⁵² Institut für Demoskopie Allensbach, Nutzung von Zeitung und Internet als Informationsmedien 2012

⁵³ Vgl. Lampret, Nina 2007, 37

⁵⁴ ARD/ZDF-Onlinestudie, Mobile Internetnutzung 2012, 368

weniger junge Menschen und damit in der Zukunft auch weniger Zeitungsleser. So sinkt die Anzahl der Geburten in Deutschland seit den 1970er Jahren. Pro Frau werden aktuell im Schnitt 1,4 Kinder geboren, was 67 Prozent des Wertes entspricht, der nötig wäre, um die Elterngeneration zu hundert Prozent auszugleichen. Dies zieht nach sich, dass die deutsche Bevölkerung kleiner wird – ein Effekt, der durch Zuwanderung nur abgemildert werden kann⁵⁵. Gab es im Jahr 1997 noch 812.173 Geburten, und damit letztmals mehr als 800.000, wurden im Jahr 2011 nur 662.685 Geburten gezählt⁵⁶ (Abb. 12) – ein Rückgang um 18,4 Prozent. Die Anzahl der Kinder bis 14 Jahre lag in Deutschland im Jahr 1970 mit 18,07 Millionen am höchsten in der Nachkriegszeit, im Jahr 2000 hingegen nur noch bei 12,78 Millionen. Bis zum Jahr 2010 ging der Wert weiter auf 10,94 Millionen zurück – seit dem Jahr 1970 ein Rückgang um 39,46 Prozent.⁵⁷

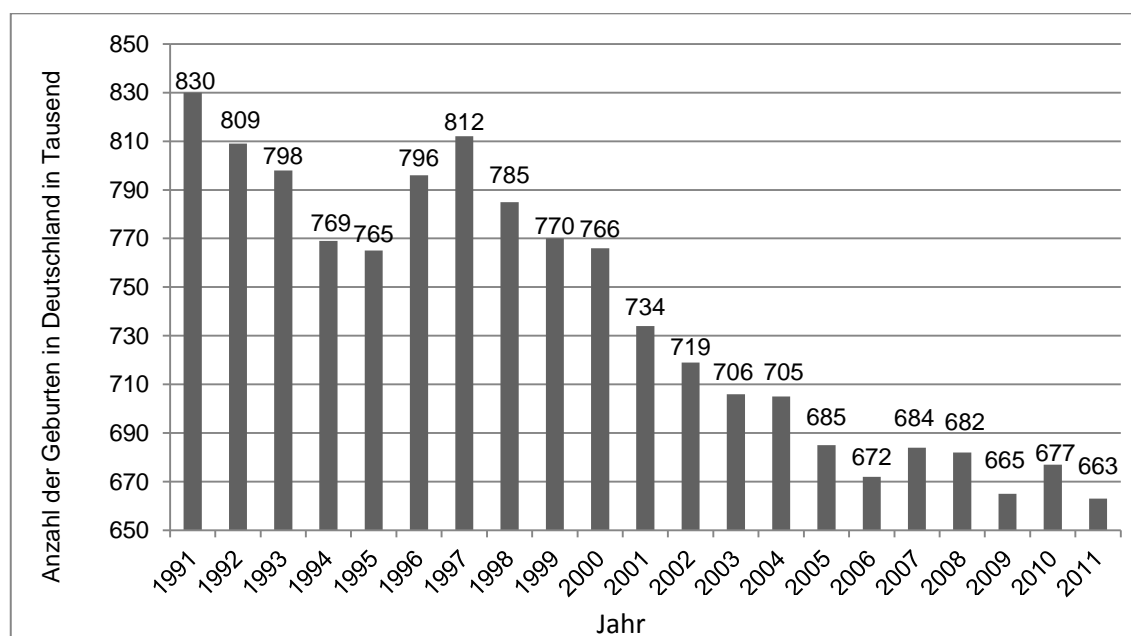


Abb. 12: Die Anzahl der Geburten in Deutschland von 1991 bis 2011 in Tausend. Quelle: Statistisches Bundesamt. Anzahl der Geburten in Deutschland von 1991 bis 2012, 2012.

⁵⁵ Vgl. Burmeister, Klaus / Daheim, Cornelia 2004, 178

⁵⁶ Statistisches Bundesamt, Anzahl der Geburten in Deutschland von 1991 bis 2012, 2012

⁵⁷ Statistisches Bundesamt, Anzahl der Kinder bis 14 Jahre in Deutschland von 1950 bis 2010, 2012

3 Analyse von regionalen Tageszeitungen

3.1 Vorgehensweise

Anhand der beiden regionalen Tageszeitungen Ludwigsburger Kreiszeitung (im Folgenden LKZ genannt) und Heilbronner Stimme (im Folgenden HSt genannt) soll analysiert werden, ob diese Art von Zeitungen für Jugendliche interessant und lesenswert ist. Dazu werden beide Zeitungen im Einzelnen auf mehrere Kriterien untersucht und anschließend miteinander verglichen. Maßgebend sind dafür die Ausgaben 104/2013 bis 148/2013. Diese erschienen im Zeitraum vom Montag, 6. Mai 2013, bis zum Samstag, 29. Juni 2013. Dies wurde vom Autor festgelegt, da beide Tageszeitungen montags bis samstags erscheinen und es sich somit um einen repräsentativen Zeitraum von acht Wochen handelt. Vom 6. Mai 2013 bis 29. Juni 2013 erschienen je 45 Ausgaben der LKZ und HSt.

Es gibt mehrere Gründe, die für eine Analyse dieser beiden Printmedien sprechen: Sowohl bei der LKZ als auch der HSt handelt es sich um eine regionale Tageszeitung, die von Montag bis Samstag erscheint. Beide Zeitungen sind im Großraum Stuttgart angesiedelt und haben Leser sowohl in der ländlichen Region als auch in den Großstädten Ludwigsburg (88.673 Einwohner, davon 14.717 Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren⁵⁸) bzw. Heilbronn (124.257 Einwohner, davon 20.589 Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren⁵⁹). Der Bevölkerungsanteil an Jugendlichen ist im Verbreitungsgebiet der beiden Zeitungen in etwa gleich: In Ludwigsburg besteht die Bevölkerung aus 16,60 Prozent Jugendlichen, in Heilbronn sind es 16,57 Prozent. Damit sind beide Großstädte als repräsentativ für die Bundesrepublik Deutschland anzusehen, in der 15,7 Prozent der Bevölkerung jünger als 18 Jahre sind⁶⁰.

Darüber hinaus haben die LKZ und die HSt in der täglichen Berichterstattung etwa den gleichen Umfang. Unter der Woche bestehen die Zeitungen aus je etwa 35 bis 45 Seiten, samstags aus je rund 50 bis 60 Seiten.

Ein nennenswerter Unterschied zwischen diesen beiden regionalen Tageszeitungen ist, dass die LKZ nur in einem kleinen Teilgebiet ihres Verbreitungsgebietes eine Monopolstellung genießt und sich daher auf dem Markt gegen mehrere konkurrierende

⁵⁸ Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Einwohnerzahlen Ludwigsburg 2011

⁵⁹ Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Einwohnerzahlen Heilbronn 2011

⁶⁰ Agence France Presse 2013

Tageszeitungen behaupten muss. Die HSt hingegen hat in ihrem Verbreitungsgebiet eine Monopolstellung inne, nur in wenigen Gemeinden im Randgebiet gibt es andere Tageszeitungen als Mitbewerber. Dies ist ein Grund dafür, dass die Auflage und Reichweite der HSt trotz des etwa gleichgroßen Einzugsgebietes höher ist als die der LKZ. Es kann deshalb untersucht werden, ob sich der Wettbewerb der LKZ auf dem Zeitungsmarkt förderlich für den Umgang mit Jugendlichen auswirkt oder ob auch die Monopolstellung die HSt nicht daran hindert, sich speziell für Jugendliche zu interessieren. Als weiterer Unterschied ist zu nennen, dass die LKZ im Gegensatz zur HSt nicht zu den Mitgliedsverbänden der „Jule: Initiative junge Leser“ gehört. Diese GmbH setzt sich bundesweit mit dem Problem der sinkenden Zahl an jungen Zeitungslesern auseinander und entwickelt gemeinsam mit Mitgliedsverlagen Strategien, um kurz-, mittel- und langfristig junge Leser für die Zeitung zu gewinnen⁶¹.

3.2 Auswahl der Kriterien

Die Analyse der Ausgaben 104/2013 bis 14/2013 der beiden regionalen Tageszeitungen Ludwigsburger Kreiszeitung (im Folgenden LKZ genannt) und Heilbronner Stimme (im Folgenden HSt genannt) umfasst vier Kriterien. Als Jugendliche werden Jungen und Mädchen im Alter von 13 bis 21 Jahren angesehen.

Erstens wird der redaktionelle Inhalt der beiden Zeitungen auf zwei verschiedene Bereiche untersucht. Dabei geht es um alle Ressorts außer jenen Rubriken, die sich speziell an Kinder oder Jugendliche richten, wie z.B. „Zeitung in der Schule“.

- Zum einen wird analysiert, in welchem Umfang Jugendliche in der täglichen Berichterstattung der Tageszeitung vorkommen. In diesem Fall schreibt also der Redakteur einen Artikel über eine oder mehrere Personen dieser Altersklasse. Ein Beispiel dafür ist das Abschneiden eines 18-jährigen Sportlers bei einem Wettkampf oder ein Projekt einer Schulklasse einer weiterführenden Schule.
- Zum anderen wird analysiert, in welchem Umfang sich die Artikel der Zeitung durch ihre Inhalte speziell an Jugendliche richten, so dass der Text also besonders für diese Altersklasse relevant ist. In diesem Fall schreibt der Redakteur über eine Thematik, die besonders bei Jugendlichen auf Interesse stoßen kann. Beispiele dafür sind Artikel über das Konzert eines Teenie-Stars oder ein Tag der offenen Tür an einer Universität für Abiturienten.

⁶¹ Jule: Initiative junge Leser 2010

Zweitens werden die Ausgaben der LKZ und HSt daraufhin analysiert, ob und inwieweit separate Rubriken für Jugendliche vorhanden sind. Eine Rubrik muss zwei Merkmale aufweisen:

- Zum einen muss sie sich durch das Layout vom gewöhnlichen redaktionellen Inhalt der Zeitungen unterscheiden. Beispiele dafür sind Rahmen um den Text, eine Hintergrundfarbe hinter dem Text oder eine separat gestaltete Seite.
- Zum anderen muss sie sich durch ihren Namen sowie durch die Themen und Inhalte vor allem an Angehörige der Altersgruppe von 13 bis 21 Jahren richten. Ein Beispiel dafür ist eine Jugendseite, auf der es Themen für Abiturienten oder Fahrschüler gibt. Auch Zeitungsprojekte an Schulen, über die berichtet wird, fallen in diese Kategorie.

Drittens wird der Vertrieb der beiden Zeitungen unter die Lupe genommen. Dabei soll die Frage beantwortet werden, ob es Vorteile für Jugendliche oder speziell für Schüler, Auszubildende und Studenten gibt. Beispiele dafür sind ein verbilligtes Abonnement für Jugendliche, Schnupperangebote, mit denen das Produkt in einem bestimmten Zeitraum getestet werden kann oder Prämien, um Freunde und Bekannte im jugendlichen Alter als Abonnent zu werben.

Viertens werden die LKZ und HSt daraufhin untersucht, inwieweit Neue Medien in der gedruckten Zeitung und in weiteren Produkten des Verlages vorkommen. Als Neue Medien im gesamten Geschäftsfeld des Verlages gelten die Webseite, das E-Paper, Social Media, Videoportale, Applikationen und weitere veröffentlichte Printprodukte, die für Jugendliche interessant sein können. Bei der Verwendung der Neuen Medien in der gedruckten Zeitung kann es sich unter anderem um Verweise in Form eines Links auf eine Webseite oder einen QR-Code handeln, mit dem zusätzlich Informationen eingeholt werden können.

3.3 Ludwigsburger Kreiszeitung

3.3.1 Vorstellung der Ludwigsburger Kreiszeitung

Die Ludwigsburger Kreiszeitung (im Folgenden LKZ genannt) ist eine regionale Tageszeitung für die Große Kreisstadt Ludwigsburg sowie den Landkreis Ludwigsburg in Baden-Württemberg und erscheint von Montag bis Samstag im Verlag „Ungeheuer und Ulmer“. Einzelne Regionalausgaben existieren für die Städte und Regionen Neckar-Enz, Marbach/Bottwartal, Freiberg, Strohgäu und Remseck. Die LKZ geht auf das Jahr

1836 zurück, als sie unter dem Namen „Wochenblatt aus Besigheim“ erschien.⁶² Herausgeber der LKZ ist Herbert Ulmer, Chefredakteurin ist Ulrike Trampus.

Mit einer verkauften Gesamtauflage von 37.982 Exemplaren, davon 379 E-Paper-Exemplare⁶³, und einer Reichweite von 126.000 Lesern bzw. 29,4 Prozent⁶⁴ ist die LKZ die größte Tageszeitung des Landkreises Ludwigsburg. In den Vorjahren lag die verkaufte Auflage der LKZ bei 38.682 (01/2012) und 39.592 Exemplaren (01/2011)⁶⁵.

Mit rund 46.000 Lesern (Reichweite: 36,2 Prozent) hat die LKZ in der Altersklasse 50 bis 69 Jahre die meisten Kunden, gefolgt von den rund 40.000 Lesern (Reichweite: 27,2 Prozent) der Altersklasse 30 bis 49 Jahre. Mit 38 Prozent erzielt die LKZ bei den ab 70-Jährigen die höchste Reichweite und rund 25.000 Leser. Die niedrigsten Werte weist die Altersgruppe 14 bis 29 Jahre auf: In dieser Klasse verzeichnet die LKZ 15.000 Leser und eine Reichweite von 16,5 Prozent. Der Unterschied der Reichweite bei Männern mit 30,5 Prozent und Frauen mit 28,2 Prozent ist gering.⁶⁶

3.3.2 Inhaltsanalyse der Ludwigsburger Kreiszeitung

In den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 hat es in den 13 Ressorts Hintergrund, Kultur, Lokales, Magazin, Politik, Reise, Sport, Stadt Ludwigsburg, Stellen, Stuttgart & Südwest, TV, Wirtschaft sowie auf der Titelseite der LKZ 347 Artikel⁶⁷ gegeben, die von Jugendlichen im Alter von 13 bis 21 Jahren handeln oder sich speziell an diese Altersgruppe richten. Das sind am Tag im Schnitt 7,7 Themen pro Ausgabe.

In den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 veröffentlichte die LKZ vier Aufmacher-Artikel, die besonders für Jugendliche relevant waren (Tab. 2). Die vier Themen wurden jeweils dreispaltig auf der Titelseite platziert. In der Ausgabe 111/2013⁶⁸ handelte der Aufmacher von einer Studie über „Cybermobbing im Alltag“, in der Ausgabe 115/2013⁶⁹ von der „Lehre für Studienabbrecher“. In der Ausgabe 126/2013⁷⁰ ging es um eine veröffentlichte Studie über Gewalt an Kindern („Gewalt ist für viele Kinder in Deutschland

⁶² Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger 2011

⁶³ IVW, Auflagezahlen der Ludwigsburger Kreiszeitung 01/2013

⁶⁴ Ludwigsburger Kreiszeitung, Mediadaten 2013, 4.1

⁶⁵ IVW, Auflagezahlen der Ludwigsburger Kreiszeitung 01/2011 und 01/2012

⁶⁶ Ludwigsburger Kreiszeitung, Mediadaten 2013, 4.1

⁶⁷ Siehe Anlage, Tab. 1

⁶⁸ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 111/2013, 1

⁶⁹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 115/2013, 1

⁷⁰ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 126/2013, 1

Alltag“), eine Woche später in der Ausgabe 132/2013⁷¹ um die wachsende Zahl junger Nichtwähler („Zahl der Nichtwähler steigt“).

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
111/13	Cybermobbing ist Alltag (Studie)	3	-	Schüler	1
115/13	Lehre für Studienabbrecher	3	-	-	1
126/13	Gewalt ist für viele Kinder in Deutschland Alltag	3	-	-	1
132/13	Zahl der Nichtwähler wächst (Junge Bürger)	3	-	ab 18	1
Gesamt	4 Artikel	12	0		

Tab. 2: Aufmacher-Artikel auf der Titelseite der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

In 13 der LKZ-Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 gab es auf der Titelseite weitere Artikel, die für Jugendliche von besonderer Bedeutung waren oder von diesen handelten (Tab. 3). Auffällig ist, dass neun der 13 Themen einspaltig veröffentlicht wurden. Nur die Artikel „72 Stunden Einsatz für eine gute Sache“ über ein Projekt der Katholischen Kirche in der Ausgabe 128/2013⁷² und „132 Millionen Kinder gehen nicht zur Schule“ in der Ausgabe 147/2013⁷³ waren drei- bzw. vierspaltig. Die einzige Ausgabe, in der sich zwei Artikel der Titelseite speziell an Jugendliche richteten, war die 135/2013⁷⁴.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
106/13	Hochschulen im Südwesten	1	Grafik	-	1
116/13	Alkohol-Koma beim Handballturnier (Vorschau)	1	-	13&17	1
128/13	Endlich kommt der Sommer auch zu uns (Freibad-)	2	Bild	Jugend	1
129/13	U18-Hockeyfrauen erneut erfolgreich	1	-	U18	1
133/13	Jugendarrest nach Aufruf zur Selbstjustiz (Prozess)	1	-	19	1
135/13	72 Stunden Einsatz für eine gute Sache	3	Bild	-	1
135/13	Polizei: Brandstiftung auch an Schulen	1	-	-	1
139/13	Schüler freuen sich über Hitzefrei	1	-	-	1
142/13	EU: Schockbilder sollen vom Rauchen abhalten	1	-	-	1
144/13	Raucherquote bei Jugendlichen auf einem Rekordtief	1	-	-	1
145/13	Niederlage gegen Frankreich (U18-Basketball)	2	Bild	U18	1
147/13	132 Millionen Kinder gehen nicht zur Schule	4	-	-	1
148/13	Junge Menschen und ihre guten Taten	1	-	-	1
Gesamt	13 Artikel	20	4		

Tab. 3: Artikel auf der Titelseite der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

⁷¹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 132/2013, 1

⁷² Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 128/2013, 1

⁷³ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 147/2013, 1

⁷⁴ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 135/2013, 1

Im Vergleich, inwieweit sich die 347 Artikel (s. S. 23, Abs. 4), die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen, auf die einzelnen Ressorts der LKZ verteilen (Abb. 13), weist das Lokale den höchsten Wert auf. In diesem Ressort, das sich aus den Rubriken Kreis Ludwigsburg und dem jeweiligen Lokalteil (Marbach & Bottwartal) zusammensetzt, gab es in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 insgesamt 92 Artikel⁷⁵ dieser Art. Pro Ausgabe sind das im Schnitt 2,04 Artikel. Dabei ging es in mehrspaltigen Texten unter anderem um den Bau einer Mensa („Entscheidung bei Neubau Mensa fällt schwer“, Ausgabe 107/2013⁷⁶), die Übung einer Jugendfeuerwehr („Nachwuchs ist beim Löschen schon ganz groß“, Ausgabe 126/2013⁷⁷) oder die Einweihung eines Jugendhauses („Anziehungspunkt für junge Leute“, Ausgabe 130/2013⁷⁸). Zusätzlich gab es einspaltige Nachrichten, die von Jugendlichen handeln oder diese besonders ansprechen. Das war z.B. in der Ausgabe 107/2013⁷⁹ („U18 in Concert“) oder in der Ausgabe 113/2013⁸⁰ („Jugendliche sprühen Reizgas“) der Fall. In der Ausgabe 122/2013⁸¹ ging es um eine Auseinandersetzung zwischen Jugendlichen („Schlägerei vor Diskothek“) und in der Ausgabe 138/2013⁸² um Neuwahlen bei den Jungen Liberalen („Julis stellen sich neu auf“).

Mit 80 Artikeln⁸³ wurden im Ressort Sport die zweithäufigsten Themen für bzw. über Jugendliche veröffentlicht. Das sind im Schnitt 1,8 Artikel pro Ausgabe. Artikel über Jugendteams handelten z.B. in zwei Spalten von einem Spiel einer U18-Nationalmannschaft („Hockey-Nachwuchs feiert 6:0-Sieg in Ludwigsburg“, Ausgabe 127/2013⁸⁴), in drei Spalten um einen BMX-Wettkampf für 13- bis 15-Jährige („BMX-Fahrer aus Kreis erfolgreich“, Ausgabe 137/2013⁸⁵) sowie in drei Spalten um 18- und 19-jährige Neuverpflichtungen der Fußballer der SpVgg 07 Ludwigsburg („07 holt weitere Talente“, Ausgabe 143/2013⁸⁶). Bei der Berichterstattung über einzelne Sportler ging es in der Ausgabe 112/2013⁸⁷ in fünf Spalten um den 20-jährigen Hürdenspringer

⁷⁵ Siehe Anlage, Tab. 4

⁷⁶ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 107/2013, 7

⁷⁷ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 126/2013, 7

⁷⁸ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 130/2013, 16

⁷⁹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 107/2013, 7

⁸⁰ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 113/2013, 11

⁸¹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 122/2013, 15

⁸² Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 138/2013, 11

⁸³ Siehe Anlage, Tab. 8

⁸⁴ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 127/2013, 24

⁸⁵ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 137/2013, 19

⁸⁶ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 143/2013, 20

⁸⁷ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 112/2013, 25

Felix Franz („41 Jahre alter Rekord ist sturmreif“), in der Ausgabe 118/2013⁸⁸ in drei Spalten um eine 13-jährige Kunstturnerin („Tabea Alt setzt Höhenflug fort“) und in der Ausgabe 139/2013⁸⁹ in drei Spalten um eine 16-jährige Karateka („Doppelter Erfolg für Theresia Ventura“).

An dritter Stelle steht das Magazin-Ressort mit 51 Artikeln⁹⁰, die von Jugendlichen handeln oder speziell diese ansprechen. Das sind im Schnitt 1,1 Artikel pro Ausgabe. In den Inhalten des Magazin-Ressorts geht es unter anderem um das aktuelle Zeitgeschehen, gesellschaftliche Themen und Wissenswertes rund um den Alltag. Z.B. handelte in der Ausgabe 112/2013⁹¹ ein dreispaltiger Artikel von einem Kinofilm um die Schönheitsideale einer 13-Jährigen („Wenn jung sein zur Last wird“), in der Ausgabe 128/2013⁹² wurde ein fünfspaltiges Wörterbuch über Festival-Begriffe veröffentlicht („Von Groupies und Spaßbremsen“). Über den 19-jährigen Musiker Justin Bieber wurde zweispaltig in der Ausgabe 130/2013⁹³ berichtet („Idol oder verwöhnter Star: Bei Justin Bieber der Lack ab?“). Um die Situation der heutigen Jugendlichen handelte in der Ausgabe 138/2013⁹⁴ der vierspaltige Artikel „Eine Zukunft mit vielen Hürden“, der von der Redaktion zusätzlich kommentiert wurde.

Im Schnitt weniger als einen von Jugendlichen handelnden oder besonders für diese relevanten Artikel pro Tag gab es in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 in den übrigen Ressorts der LKZ. In Stuttgart & Südwest gab es 29 Artikel⁹⁵ dieser Art, dabei ging es unter anderem um Bildungspolitik, wie z.B. in vier Spalten in der Ausgabe 112/2013⁹⁶ („Kultusminister Stoch lässt die Zahlen sprechen“) oder in fünf Spalten in der Ausgabe 130/Juni 2013⁹⁷ („Rückkehr zu G9: Kampfansage an die Grünen“). Weitere Artikel handelten unter anderem fünfspaltig von einer Jugendwahl („U18-Jugendwahl soll Lust auf Politik machen“, Ausgabe 126/2013⁹⁸) und vierspaltig über eine Statistik über Schulschwänzer („Schulbehörde: Zahl der Schwänzer steigt weiter“,

⁸⁸ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 118/2013, 24

⁸⁹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 139/2013, 21

⁹⁰ Siehe Anlage, Tab. 5

⁹¹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 112/2013, 18

⁹² Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 128/2013, 25

⁹³ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 130/2013, 26

⁹⁴ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 138/2013, 17

⁹⁵ Siehe Anlage, Tab. 11

⁹⁶ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 112/2013, 4

⁹⁷ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 130/2013, 5

⁹⁸ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 126/2013, 4

Ausgabe 137/2013⁹⁹). 27 Artikel¹⁰⁰ für bzw. über Jugendliche gab es im Ressort Stadt Ludwigsburg. Darin wurde unter anderem in der Ausgabe 117/2013¹⁰¹ in drei Spalten die Musikrichtung Gothic vorgestellt („Schaurig schön: Gothic ist eine Lebenseinstellung“) und in der Ausgabe 124/2013¹⁰² in vier Spalten über eine Hip-Hip-Community berichtet („Rappend den Horizont erweitern“). 19 speziell für Jugendliche relevante Artikel¹⁰³ wurden von der LKZ im Ressort Wirtschaft veröffentlicht. Darin handelten die Inhalte z.B. in der Ausgabe 111/2013¹⁰⁴ fünfspaltig von Schulden bei jungen Leuten („Ein Leben im Minus“) oder in der Ausgabe 123/2013¹⁰⁵ fünfspaltig von der aktuellen Zahl freier Lehrstellen („Arbeitsmarkt ist mehr als robust“). Aber auch Projekte wie eine Schülerfirma („Dinge, die die Welt nicht kannte“, Ausgabe 108/2013¹⁰⁶) oder der Girls-Day („Mädchen schnuppern Firmenluft“, Ausgabe 134/2013¹⁰⁷) wurden in vier bzw. fünf Spalten behandelt. Im samstags erscheinenden Stellen-Ressort¹⁰⁸ gab es zwölf für Jugendliche relevante Artikel, vor allem in der Ausgabe 148/2013¹⁰⁹. In dieser Ausgabe ging es unter anderem in drei Spalten um „Tipps für Mädchen bei der Ausbildungssuche“, in sechs Spalten um das Thema „Guter Schulabschluss ist weiter notwendig“ und in zwei Spalten um den Hinweis „Ausbildungswahl nicht schlechtreden lassen“. Mit elf Artikeln über bzw. speziell für Jugendliche folgt das Ressort Kultur¹¹⁰, zu dem auch die Rubrik Freizeit gehört. Darin handelten die Inhalte von Konzerten („Rückkehr der Sportfreunde Stiller“, drei Spalten in der Ausgabe 123/2013¹¹¹) und einem Band-Contest („Die Sieger dürfen jetzt ins Studi“, drei Spalten in der Ausgabe 143/2014¹¹²). Das gesellschaftliche Phänomen vom Filmen mit dem Handy bei Konzerten wurde in der Ausgabe 147/2013¹¹³ in vier Spalten behandelt („Wer nicht mitfilmt, war nicht dabei“).

⁹⁹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 137/2013, 4

¹⁰⁰ Siehe Anlage, Tab. 9

¹⁰¹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 117/2013, 8

¹⁰² Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 124/2013, 13

¹⁰³ Siehe Anlage, Tab. 13

¹⁰⁴ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 111/2013, 25

¹⁰⁵ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 123/2013, 26

¹⁰⁶ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 108/2013, 42

¹⁰⁷ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 134/2013, 35

¹⁰⁸ Siehe Anlage, Tab. 10

¹⁰⁹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 148/2013, 54ff

¹¹⁰ Siehe Anlage, Tab. 3

¹¹¹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 123/2013, 14

¹¹² Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 143/2013, 12

¹¹³ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 147/2013, 21

Die mit Abstand wenigsten für Jugendliche relevanten Artikel gab es in den LKZ-Ressorts Politik (6)¹¹⁴, Hintergrund (1)¹¹⁵, TV (1)¹¹⁶ und Reise (1)¹¹⁷.

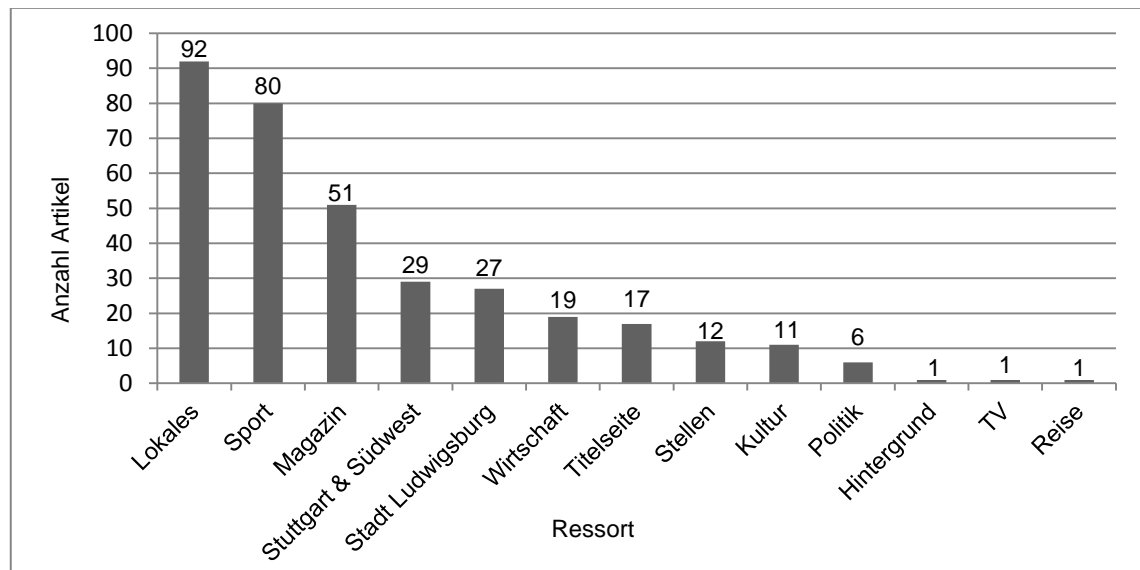


Abb. 13: Anzahl der Artikel in den einzelnen Ressorts der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

Bemerkenswert ist, dass in den LKZ-Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 insgesamt 176¹¹⁸ der 347 LKZ-Artikel (s. S. 23, Abs. 4), die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen, mit einem Bild, einer Grafik oder einem zusätzlichen Informationstext erschienen sind. Das entspricht einem Wert von 50,7 Prozent. Damit wurde mehr als jedes zweite Jugendthema zusätzlich durch ein grafisches Element aufgewertet.

Wie bei der Anzahl der jugendrelevanten Themen sind die drei Ressorts Lokales, Sport und Magazin auch bei der Anzahl verwendeter grafischer Elemente führend (Abb. 14). Im Lokalen wurden diese bei 44¹¹⁹, im Sport bei 36¹²⁰ und im Magazin-Ressort bei 30 Artikeln¹²¹ verwendet. Deutlich weniger Bilder, Grafiken und Informationstexte gab es in

¹¹⁴ Siehe Anlage, Tab. 6

¹¹⁵ Siehe Anlage, Tab. 2

¹¹⁶ Siehe Anlage, Tab. 12

¹¹⁷ Siehe Anlage, Tab. 7

¹¹⁸ Siehe Anlage, Tab. 1

¹¹⁹ Siehe Anlage, Tab. 4

¹²⁰ Siehe Anlage, Tab. 5

¹²¹ Siehe Anlage, Tab. 8

den LKZ-Ressorts Stadt Ludwigsburg (17)¹²², Wirtschaft (11)¹²³, Stuttgart & Südwesten (10)¹²⁴, Stellen (9)¹²⁵, Kultur (7)¹²⁶, Politik (5)¹²⁷, auf der Titelseite (4, siehe Tab. 3) sowie den Ressorts Hintergrund¹²⁸, TV¹²⁹ und Reise¹³⁰ (je 1).

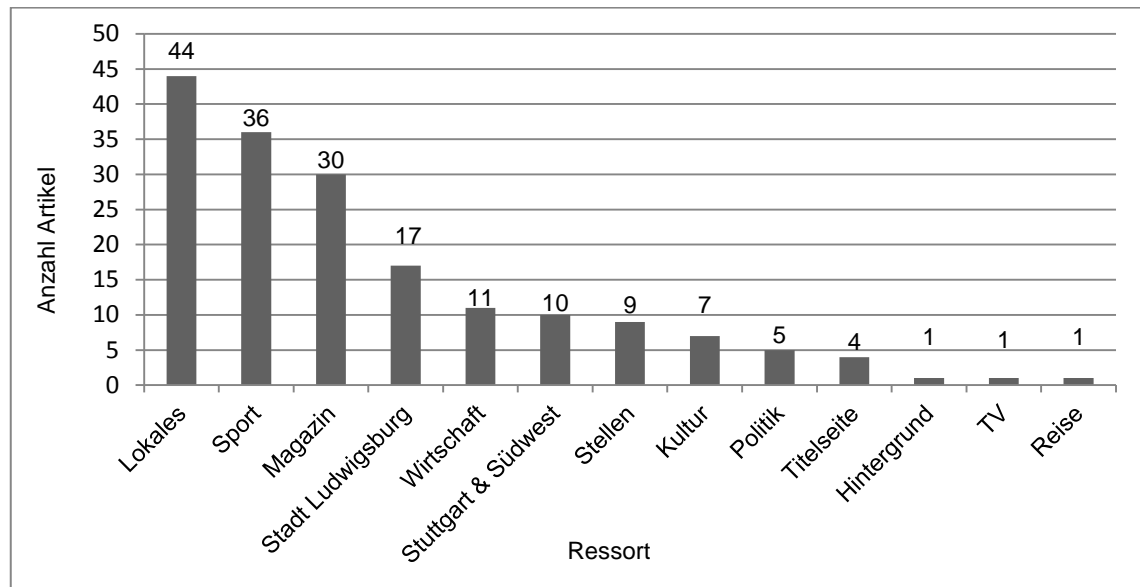


Abb. 14: Anzahl der Bilder, Grafiken und Informationskästen zu den Artikeln der Ludwigsburger Kreiszeitung, die in den einzelnen Ressorts von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

Im Vergleich der drei genannten Ressorts, die in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 die meisten jugendrelevanten Themen veröffentlicht wurden, weist das Magazin-Ressort den höchsten Anteil an grafischen Elementen auf (Abb. 15). 58,8 Prozent der Artikel wurden darin mit Bildern, Grafiken oder Informationstexten versehen. Damit liegt das Magazin-Ressort deutlich über dem genannten Durchschnitt von 50,7 Prozent. Mit 47,8 Prozent ist das Ressort Lokales in etwa gleichauf mit dem Ressort Sport, in dem

¹²² Siehe Anlage, Tab. 9

¹²³ Siehe Anlage, Tab. 13

¹²⁴ Siehe Anlage, Tab. 11

¹²⁵ Siehe Anlage, Tab. 10

¹²⁶ Siehe Anlage, Tab. 3

¹²⁷ Siehe Anlage, Tab. 6

¹²⁸ Siehe Anlage, Tab. 2

¹²⁹ Siehe Anlage, Tab. 12

¹³⁰ Siehe Anlage, Tab. 7

bei 45 Prozent der Artikel grafische Elementen verwendet wurden.¹³¹ Diese beiden Ressorts liegen damit knapp unterhalb des genannten Durchschnitts von 50,7 Prozent.

Den mit hundert Prozent höchsten Anteil an Artikeln mit grafischen Elementen weisen die Ressorts Hintergrund, Reise und TV auf. In diesen wurde in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 aber nur je einen Artikel veröffentlicht, der sich speziell an Jugendliche gerichtet hat (siehe Anlage, Tag. 1). Einen hohen Anteil an jugendrelevanten Artikeln mit grafischen Elementen gibt es in den Ressorts Stellen (75 Prozent), Kultur (63,6 Prozent) sowie Stadt Ludwigsburg (63 Prozent). Auch das Ressort Wirtschaft schneidet mit 58 Prozent überdurchschnittlich ab. Wenige grafische Mittel werden hingegen im Ressort Stuttgart & Südwest (34 Prozent) und auf der Titelseite (23 Prozent) verwendet. Die mit Abstand wenigsten Bilder, Grafiken oder Informationskästen gibt es im Politik-Ressort. In den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 wurden nur 8,3 Prozent der Artikel entsprechende Elemente beigefügt.¹³²

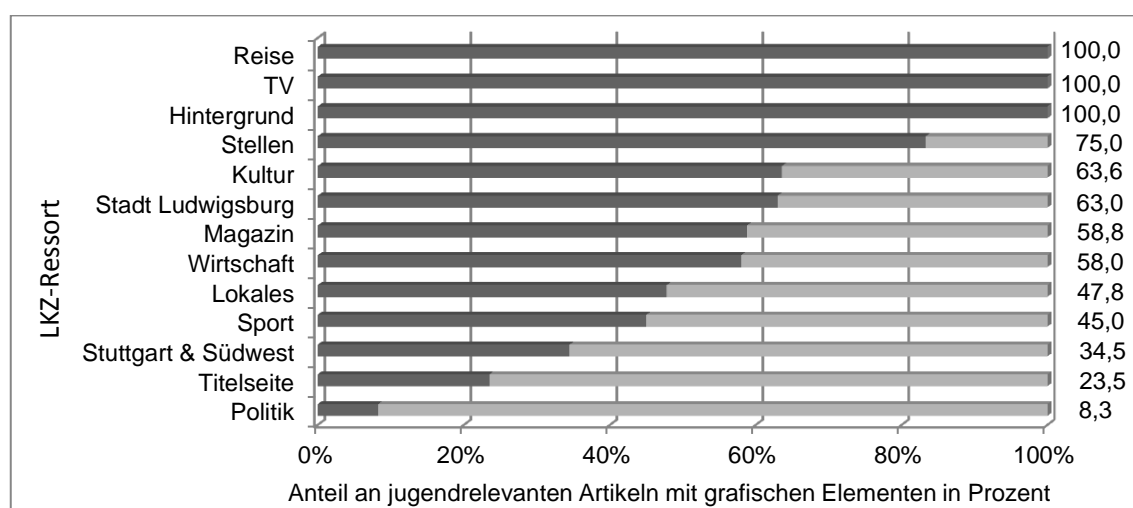


Abb. 15: Prozentualer Anteil von grafischen Elementen zu den Artikeln der Ludwigsburger Kreiszeitung, die in den einzelnen Ressorts von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

Die Seiten der LKZ mit redaktionellem Inhalt sind sechsspaltig aufgebaut. 125 der genannten 347 jugendrelevanten LKZ-Artikel (s. S. 23, Abs. 4) in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 wurden einspaltig veröffentlicht, das entspricht 36 Prozent. Hingegen gab es nur 36 zweispaltige Artikel (10,4 Prozent). In etwa gleichauf liegen die 59 drei- (17 Prozent), 66 vier- (19 Prozent) und 58 fünfspaltigen (16,7 Prozent) Texte, die von Jugendlichen handeln oder diese besonders ansprechen. 52,7 Prozent, und

¹³¹ Siehe Anlage, Tab. 1

¹³² ebenda

damit mehr als die Hälfte, waren also drei- bis fünfspaltig aufgebaut. Im anders gelay-outeten und nur samstags erscheinenden Stellen-Ressort waren drei Artikel sechsspaltig aufgebaut, was einen Anteil von 0,9 Prozent ausmacht (Abb. 16).¹³³

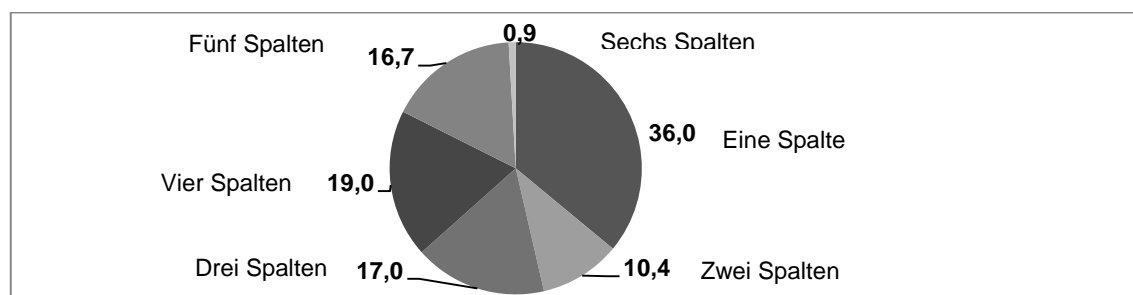


Abb. 16: Anteil der jeweiligen Spaltenanzahl bei den 347 jugendrelevanten Artikeln der Ludwigsburger Kreiszeitung in Prozent. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

Vergleicht man die drei LKZ-Ressorts miteinander, in denen in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 die meisten jugendrelevanten Themen veröffentlicht wurden¹³⁴ (Tab. 4), so weist das Ressort Lokales sowohl bei den drei- (22,8 Prozent), vier- (22,8 Prozent) als auch bei den fünfspaltigen (21,7 Prozent) Artikeln die Höchstwerte auf. Auch der Anteil einspaltiger Texte ist etwa gleich groß (27,2 Prozent), dafür gab es kaum zweispaltige Artikel (5,4 Prozent). Im Ressort Sport sind 40 Prozent der jugendrelevanten Artikel einspaltig aufgebaut. Bei den übrigen Texten dieses Ressorts liegen die verschiedenen Umfänge der Spaltenanzahl mit Werten von 12,5 bis 18,8 Prozent etwa gleichauf. Das Ressort Magazin weist im Vergleich zu den anderen beiden Ressorts mit 45,1 Prozent den höchsten Anteil an einspaltigen jugendrelevanten Artikeln auf. Doch auch bei den fünfspaltigen Texten kommt das Ressort Magazin mit 21,6 Prozent sehr nah an den Höchstwert des Ressorts Lokales (21,7 Prozent) heran. Der Grund dafür ist, dass es im Magazin kaum jugendrelevante Themen gibt, die zwei- (7,8 Prozent) und dreispaltig (5,9 Prozent) aufgebaut sind.

Ressort	1 Spalte	2 Spalten	3 Spalten	4 Spalten	5 Spalten
Lokales	27,2	5,4	22,8	22,8	21,7
Sport	40,0	16,3	18,8	12,5	12,5
Magazin	45,1	7,8	5,9	19,6	21,6

Tab. 4: Verteilung der Spaltenanzahl bei den jugendrelevanten Artikeln in den Ressorts Lokales, Sport und Magazin der Ludwigsburger Kreiszeitung in Prozent. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Daten der Tab. 13 in der Anlage und Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

¹³³ Siehe Anlage, Tab. 14

¹³⁴ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

3.3.3 Jugendrubriken der Ludwigsburger Kreiszeitung

Teilweise spricht die LKZ die Zielgruppe der 13- bis 21-Jährigen in der Rubrik „ZISCH – Zeitung in der Schule“ an (Abb. 14), die in unregelmäßigen Abständen auf einer ganzen Seite in der Ludwigsburger Kreiszeitung erscheint. Das Projekt wird von der LKZ seit dem Jahr 2000 angeboten und richtet sich an Dritt- bis Zehntklässler, die die Inhalte der Seite selbst verfassen. Die teilnehmenden Schülerinnen und Schüler bekommen im Anschluss als Dank ein zwölfwöchiges Abonnement der LKZ geschenkt, damit in der Schule mit der Zeitung gearbeitet werden kann.¹³⁵ Der Inhalt von „ZISCH“ ist jeweils ein bestimmtes für Kinder und Jugendliche relevantes Thema, dem mehrere Artikel auf der Seite gewidmet werden. Dabei geht es um Umfragen, Erlebnisberichte, Selbstversuche der Kinder und Jugendlichen, Info-Kasten zum Thema sowie ein „Nachgefragt“. Auch Kreuzworträtsel sind Teil der Rubrik. Erschienen ist „ZISCH“ in den LKZ-Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 sieben Mal (Tab. 5).¹³⁶

LKZ Nr.	Thema bei „ZISCH – Zeitung in der Schule“	Klasse	Seite
108/13	Besuch im Behindertenheim	Berufsschule	44
111/13	Unterricht mal ganz anders	4. Klasse	9
126/13	Cool bleiben, dann passiert nichts	4. Klasse	9
127/13	Inliner fahren, aber richtig	4. Klasse	22
128/13	Es grünt so grün im Blühenden Barock	4. Klasse	13
135/13	Jede Menge Strom und eine Schnake namens Lydia	4. Klasse	22
140/13	Wo kommt der Strom her?	4. Klasse	18
Gesamt	7 „ZISCH“-Seiten		

Tab. 5: Die „ZISCH“-Seiten der Ludwigsburger Kreiszeitung. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

Bemerkenswert ist, dass nur eine der sechs „ZISCH“-Seiten von einer Schulklasse geschrieben wurde, deren Schüler zwischen 13 und 21 Jahre alt sind. In der Ausgabe 108/2013¹³⁷, ging es dabei um den Besuch einer Berufsschulklasse in einem Behindertenheim in Markgröningen. Dazu wurden Meinungen von vier teilnehmenden Jugendlichen im Alter von 17 und 18 Jahren über die Gründe für die Teilnahme abgedruckt, im „Nachgefragt“ ging es darum, wie viele Behinderte insgesamt im Landkreis Ludwigsburg leben. Darüber hinaus gab es neben dem Erlebnisbericht zum Besuch im Heim einen Artikel über einen Selbstversuch der Jugendlichen. Diese hatten sich zur Probe in einen Rollstuhl gesetzt und versucht, damit in der Stadt am öffentlichen Leben teil-

¹³⁵ Vgl. Ludwigsburger Kreiszeitung, Zeitung in der Schule 2013

¹³⁶ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

¹³⁷ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 108/2013, 44

zunehmen. Zusätzlich wurde ein von den Jugendlichen verfasster Kommentar („Behindert sein ist auch normal!“) veröffentlicht. Die sechs übrigen Ausgaben von „ZISCH“ wurden jeweils von einer vierten Klasse geschrieben.

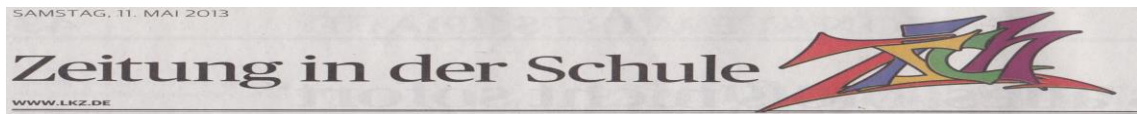


Abb. 17: „ZISCH – Zeitung in der Schule“ in der Ludwigsburger Kreiszeitung. Quelle: Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 108/2013, 44.

Eine weitere Jugendrubrik der LKZ ist „Aus Ludwigsburger Schulen und Kindertagesstätten“ (Abb. 18). In den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 erschien diese Rubrik drei Mal¹³⁸. Dabei gab es auf jeweils einer ganzen Seite der LKZ diverse Themen aus Bildungseinrichtungen. Dazu gehörte in der Ausgabe 112/2013¹³⁹ unter anderem ein Interview mit dem Realschul-Sozialarbeiter Dominik Stolle („Stolle ist nicht nur der nette Typ am Kicker“) sowie für Schüler relevante Berichte und Nachrichten zu lesen. Auch über Schulprojekte, wie einem Besuch im Seniorenheim („Mit Besuch bei Senioren endet Projektwoche“), Kooperationen wie z.B. zwischen der Carl-Friedrich-Gauß-Privatschule mit dem Fußball-Zweitligisten VfR Aalen („Kooperation mit Zweitligisten“) und die Ergebnisse von Schülerwettbewerben wurden berichtet. In der Ausgabe 113/2013¹⁴⁰ ging es neben einem Stadtpokal von Grundschulern („Oststadtschüler holen sich den Pokal“) um eine politische Diskussion zwischen Schülern und dem ehemaligen Bürgermeister der Stadt Marbach am Neckar („Parcours rund um Europa“). In der Ausgabe 147/2013¹⁴¹ handelte die Rubrik unter anderem von einem Schülerwettbewerb („Visionen und Ideen sind gefragt“) und den Abiturienten des Friedrich-Schiller-Gymnasiums Ludwigsburg („71 Schüler haben Abi in der Tasche“).



Abb. 18: „Aus Ludwigsburger Schulen und Kindertagesstätten“ in der Ludwigsburger Kreiszeitung. Quelle: Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 112/2013, 20.

¹³⁸ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013

¹³⁹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 112/2013, 20

¹⁴⁰ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 113/2013, 6

¹⁴¹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 147/2013, 6

Einmal in der Woche – meistens donnerstags – veröffentlicht die LKZ im Ressort Stadt Ludwigsburg eine Umfrage mit dem Titel „Jung gefragt“¹⁴². Dabei werden jeweils vier Jugendliche oder junge Erwachsene, deren Name, Alter, Wohnort und Beruf genannt werden und auf einem Foto abgebildet sind, zu einem bestimmten Thema befragt. Z.B. ging es in der Ausgabe 112/2013¹⁴³ um die Frage „Was sind deine Pläne für den Sommer?“, in der Ausgabe 117/2013¹⁴⁴ um Fußball: „Bayern kickt gegen Dortmund – bist du auch im Fußballfieber?“ (Abb. 19). Weitere Fragen waren in der Ausgabe 128/2013¹⁴⁵: „Die Grillsaison ist eröffnet – was kommt bei dir auf den Rost?“, in der Ausgabe 140/2013¹⁴⁶: „Kleiderordnung bei 35 Grad – wie streng ist dein Chef?“ und in der Ausgabe 146/2013¹⁴⁷: „Präsident oder Prinz – wen würdest du gerne mal treffen?“



Abb. 19: „Jung gefragt“ in der Ludwigsburger Kreiszeitung. Quelle: Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 117/2013, 7.

Interessant kann für Jugendliche die täglich im Service-Teil erscheinende Terminvor-schau über stattfindende Diskos/Partys sowie Feste und Konzerte sein. Samstags werden im Ressort Service zusätzlich zahlreiche Kinofilme mit der Information aufgelistet, wann diese in welchem Kino gezeigt werden. Die Terminhinweise sind aber nicht

¹⁴² Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013

¹⁴³ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 112/2013, 10

¹⁴⁴ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 117/2013, 7

¹⁴⁵ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 128/2013, 12

¹⁴⁶ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 140/2013, 10

¹⁴⁷ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 146/2013, 12

vollständig, selbst an Wochenenden gibt es in der Rubrik Disko/Partys teilweise nur ein aufgelistetes Event.¹⁴⁸

Montags werden im Sport-Ressort vereinzelte Ergebnisse und Tabellen von hochklassig spielenden Jugend-Mannschaften abgedruckt, im Normalfall aber nur von den Fußball-Bezirksstaffeln der männlichen A- bis C-Jugend. Am Samstag vor den Spielen werden die Begegnungen dieser Jugend-Mannschaften in der Sport-Terminvorschau aufgelistet.¹⁴⁹

Täglich gibt es zusätzlich die Rubrik „Nachrichten für Kinder“. Von Montag bis Freitag beträgt der Umfang eine halbe Seite, in der Samstagsausgabe wird der Umfang auf eine ganze Seite ausgeweitet. Allerdings wird mit dieser Kinderseite vor allem eine jüngere Zielgruppe, als die der Jugendlichen angesprochen. Die einzelnen Elemente dieser Rubrik sind „Wissen für Kinder“, ein Cartoon, eine Geschichte für Kinder sowie ein sich täglich fortsetzender Kinderroman. Zusätzlich werden immer wieder Kinderbücher oder Musik für diese Altersklasse vorgestellt, auch ein „Internettipp“ ist Teil der „Nachrichten für Kinder“, die auf der Titelseite der Ludwigsburger Kreiszeitung im Inhaltsverzeichnis aufgeführt werden.¹⁵⁰

3.3.4 Vertrieb der Ludwigsburger Kreiszeitung

Die LKZ bietet ihren Lesern verschiedene Arten von Abonnements an. Speziell an Jugendliche bis 21 Jahre, Schüler, Studenten oder Auszubildende richten sich davon aber keine. Gegenüber dem Autor bestätigte Angela Arens, Leiterin des Abonnement-Verkaufs und Vertriebsmarketings der LKZ, schriftlich, dass Jugendliche für den Vertrieb „eine nicht wirklich relevante Zielgruppe“ darstellen. Zielgruppenrelevant sei für die LKZ das Alter >28 Jahre. „Jedoch kann ein Abonnement in jedem Alter abgeschlossen werden, sofern die Einwilligung des Erziehungsberechtigten vorliegt.“ Derzeit werde kein Schüler-, Studenten oder Azubi-Abonnement angeboten, man beschränke sich rein auf „ZISCH – Zeitung in der Schule“. Bei diesem Projekt erhalten teilnehmende Schulklassen über einen Zeitraum von zwölf Wochen täglich kostenlos die aktuelle LKZ-Ausgabe¹⁵¹. Generell bekommen Abonnenten auf Wunsch verbil-

¹⁴⁸ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

¹⁴⁹ ebenda

¹⁵⁰ ebenda

¹⁵¹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Zeitung in der Schule 2013

ligten Eintritt für einen Freizeitpark¹⁵², in dem Jugendliche ab zwölf Jahren sonst bereits den Erwachsenen-Tarif bezahlen müssen.

Alle Abonnements der LKZ werden für die gedruckte oder digitale LKZ-Ausgabe angeboten. Auch eine Kombination aus beiden Varianten ist jeweils vorhanden. So ist es möglich, ein Abonnement abzuschließen, das mit einem Tablet-PC¹⁵³, iPad¹⁵⁴ oder iPad-mini¹⁵⁵ nutzbar ist. Diese entsprechenden Geräte werden dabei verbilligt angeboten. Zusätzlich zu jedem Abonnement kann ein zusätzliches Abonnement eines Magazins vergünstigt abgeschlossen werden. Zur Auswahl stehen unter anderem auch Jugend-Zeitschriften wie die „Bravo“, „Dein Spiegel“, „Galileo genial“ oder „Schule“.¹⁵⁶

Das kostenlose Probe-Abo¹⁵⁷ für die LKZ-Ausgaben wird für eine Zeit von 14 Tagen angeboten. Kostenpflichtig sind hingegen das achtwöchige Kurz-Abonnement¹⁵⁸, das so genannte Vorteils-Abonnement mit Einkaufsgutschein¹⁵⁹ sowie das Kennenlern-Abonnement¹⁶⁰. Dabei können vier Wochen lang zu LKZ-Ausgaben zusätzlich sechs Ausgaben von verschiedenen Magazinen gelesen werden. Auch Abonnements mit den Vergünstigungen „12 für 10“¹⁶¹ sowie „3 für 2“¹⁶² sind verfügbar. Um neue Leser zu werben baut die LKZ auf die Aktion „Leser werben Leser“¹⁶³. Dabei erhalten Abonnenten Prämien wie z.B. einen Grill oder ein Navigationssystem, wenn sie Neukunden für die LKZ werben.

3.3.5 Neue Medien bei der Ludwigsburger Kreiszeitung

Generell legt der Verlag der LKZ einen hohen Wert auf die Einbindung der Neuen Medien. Diese werden auch in der gedruckten Version der LKZ verwendet: Am Ende vieler Artikel werden Links veröffentlicht, mit denen der Leser online zusätzliche Informationen bekommen oder z.B. eine Bildergalerie zum Thema ansehen kann. Dar-

¹⁵² Ludwigsburger Kreiszeitung, Freizeitpark 2013

¹⁵³ Ludwigsburger Kreiszeitung, Service & Abo, Jubiläums-Abonnement 2013

¹⁵⁴ Ludwigsburger Kreiszeitung, Service & Abo, iPad-Abonnement 2013

¹⁵⁵ Ludwigsburger Kreiszeitung, Service & Abo, iPad-Mini-Abonnement 2013

¹⁵⁶ Ludwigsburger Kreiszeitung, Zeitschriftenvorteil 2013

¹⁵⁷ Ludwigsburger Kreiszeitung, Service & Abo, Probe-Abonnement 2013

¹⁵⁸ Ludwigsburger Kreiszeitung, Service & Abo, 8-Wochen-Kurz-Abonnement 2013

¹⁵⁹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Service & Abo, Vorteils-Abonnement 2013

¹⁶⁰ Ludwigsburger Kreiszeitung, Service & Abo, Kennenlern-Abonnement 2013

¹⁶¹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Service & Abo, 12-für-10-Abonnement 2013

¹⁶² Ludwigsburger Kreiszeitung, Service & Abo, 3-für-2-Abonnement 2013

¹⁶³ Ludwigsburger Kreiszeitung, Leser werben Leser 2013

über hinaus werden im Printprodukt die E-Mail-Kontakte der verschiedenen Redaktionen und einzelner Redakteure angegeben, damit der Rezipient auf diesem Weg unter anderem Leserbriefe senden kann. Auf der Titelseite der LKZ-Printausgabe wird zudem täglich die URL der hauseigenen Webseite veröffentlicht.¹⁶⁴

Im April 2013 wurden auf der Webseite der LKZ 225.650 Visits mit insgesamt 929.147 Pls gezählt. Im Schnitt rief ein Besucher also 4,12 einzelne Seiten auf der LKZ-Webseite auf. 94,18 Prozent der Visits fielen auf redaktionelle Inhalte, weitere Kategorien waren E-Commerce (7,82 Prozent), Suchmaschinen und Auskunftsdienste (4,89 Prozent), Spiele (1,82 Prozent) sowie von Usern generierter Inhalt (0,61 Prozent).¹⁶⁵

Auf der Webseite¹⁶⁶ werden die Inhalte in mehrere Kategorien unterteilt: Weltweit, Lokales, Sport, Themen, Kino, Messen, Leserreisen, Bilder, Videos sowie „kreis & quer“. Die Artikel werden dem User kostenfrei und ungekürzt zur Verfügung gestellt, Leserbriefe können über ein Formular an die Redaktion gesendet werden. Als Inhalt, der nicht in der Printausgabe erscheint, bietet die LKZ Bildergalerien zu verschiedenen Themen und Veranstaltungen. Auch verschiedene Videokategorien bietet das Medium: Nachrichten, Lokales, Sport, Vermischtes, Kino, Auto und Literatur. Vor allem bei überregionalen Themen greift die Online-Redaktion dabei meist auf Material von Presseagenturen zurück. Anders ist das im Lokal-Videoportal „kreis & quer“, in dem selbst gedrehte Videos für die User hochgeladen werden. Dabei spielen auch Jugendliche eine große Rolle: In der Kategorie „kreis & quer Underground“ geht es z.B. um die Vorstellung von Nachwuchs-Musikbands aus der Ludwigsburger Region.

Ein besonderer Service für die Besucher der LKZ-Webseite ist es, dass zu jeder Gemeinde im Verbreitungsgebiet eine separate Seite aufgerufen werden kann, auf der jegliche Neuigkeiten über diese zu finden sind. Diese Inhalte finden sich auch in der Printausgabe der LKZ.

Neben der Webseite baut die Ludwigsburger Redaktion auch auf Social Media: Am 31. Mai 2013 zählte die LKZ auf ihrer offiziellen Facebook-Seite 2.368 Gefällt-mir-Angaben¹⁶⁷ und 761 Follower auf Twitter¹⁶⁸. Über diese Accounts wird vor allem mit Links auf aktuelle Themen der LKZ-Webseite hingewiesen. Auf der Facebook-Seite gehören auch aktuelle Polizeiberichte, Meinungsumfragen unter den Nutzern oder ak-

¹⁶⁴ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

¹⁶⁵ IVW, Nutzungsdaten der Webseite der Ludwigsburger Kreiszeitung 2013

¹⁶⁶ Ludwigsburger Kreiszeitung, Webseite 2013

¹⁶⁷ Ludwigsburger Kreiszeitung, Facebook-Seite 2013

¹⁶⁸ Ludwigsburger Kreiszeitung, Twitter-Seite 2013

tuelle Informationen zum Angebot. Im Videoportal YouTube existiert zudem ein LKZ-channel¹⁶⁹, auf dem innerhalb der vergangenen zwölf Monate aber nur ein Video hochgeladen wurde.

Unter dem Titel „Die digitale Zeitung, die Zeitung der Zukunft“ bietet die LKZ ihren Kunden zusätzlich zur Printausgabe ein E-Paper an. Dieses kann aber auch anstatt der gedruckten Zeitung abonniert werden. Das E-Paper beinhaltet jeweils die gesamte unveränderte Printausgabe der LKZ. Das Angebot richtet sich sowohl an alle Kunden mit Internetzugang, speziell aber an Nutzer eines iPads oder Android-Handys.¹⁷⁰

3.4 Heilbronner Stimme

3.4.1 Vorstellung der Heilbronner Stimme

Die Heilbronner Stimme (im Folgenden HSt genannt) ist eine regionale Tageszeitung für die Kreisstadt Heilbronn, den Landkreis Heilbronn sowie den Hohenlohekreis und erscheint montags bis samstags im gleichnamigen Verlag „Heilbronner Stimme“. Neben sieben Regionalausgaben erscheinen auch die Kraichgau Stimme und die Hohenloher Zeitung. Die Heilbronner Stimme geht auf das Jahr 1946 zurück, als die Erstausgabe erschien.¹⁷¹ Der Verleger ist Tilmann Distelbarth, Chefredakteur ist Uwe Ralf Heer.

Mit einer verkauften Gesamtauflage von 88.931 Exemplaren¹⁷² – und einer Reichweite von rund 266.000 Lesern¹⁷³ ist die HSt etwa doppelt so groß wie die LKZ, hat im Gegensatz zu dieser aber eine Monopolstellung in weiten Teilen des Verbreitungsgebietes und gibt einen Marktanteil von 90,2 Prozent¹⁷⁴ an. Mit den regionalen Tageszeitungen Rhein-Neckar-Zeitung, Stuttgarter Zeitung, Stuttgarter Nachrichten und der LKZ konkurriert die HSt nur in den Grenzregionen des Verbreitungsgebietes. In den jeweils ersten Quartalen der Vorjahre lag die verkaufte Auflage der HSt bei 90.700 (01/2012) und 93.175 Exemplaren (01/2011). Auffällig ist, dass die Auflagenzahl der verkauften E-Paper seit dem ersten Quartal 2011 von 1.361 auf 607 Exempla-

¹⁶⁹ Ludwigsburger Kreiszeitung, LKZchannel 2013

¹⁷⁰ Ludwigsburger Kreiszeitung, E-Paper 2013

¹⁷¹ Stadtgeschichte Heilbronn 2010

¹⁷² IVW, Auflagezahlen der Heilbronner Stimme 01/2013

¹⁷³ Heilbronner Stimme, Mediadaten 2012, 4

¹⁷⁴ Heilbronner Stimme, Mediadaten 2012, 17

re zurückgegangen ist – innerhalb des Abonnements ist diese Zahl in diesem Zeitraum aber von 252 auf 266 Exemplare gestiegen.¹⁷⁵

Mit rund 57.000 Lesern (Reichweite: 55,0 Prozent) hat die Heilbronner Stimme in der Altersklasse 40 bis 49 Jahre die meisten Kunden, gefolgt von den rund 53.000 Lesern (Reichweite: 70,9 Prozent) der Altersklasse 60 bis 69 Jahre. Mit 70,9 Prozent erzielt die HSt in dieser Altersklasse die höchste Reichweite. Die niedrigsten Werte verzeichnet die HSt in den Altersgruppen von 14 bis 19 Jahre mit 15.000 Lesern (Reichweite: 29,9) und von 20 bis 29 Jahre mit 20.000 Lesern (Reichweite: 30,8 Prozent). Die HSt ist eine von wenigen Tageszeitungen in Deutschland, die bei Frauen eine höhere Reichweite erzielen als bei Männern. Der Unterschied ist mit 50,2 Prozent bei Männern und 54,8 Prozent bei Frauen aber gering.¹⁷⁶

3.4.2 Inhaltsanalyse der Heilbronner Stimme

In den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 hat es in den 17 Ressorts Politik, Hintergrund, Stadt Heilbronn, Lokales, Baden-Württemberg, Sport, Service & Freizeit, Kultur, Wirtschaft, Stellen, Medien, Reise, Familie, Blick in die Welt, Reportage, Meinungen sowie auf dem Titelblatt der HSt 431 Artikel¹⁷⁷ gegeben, die von Jugendlichen von 13 bis 21 Jahren handeln oder sich speziell an diese Altersgruppe richten. Das sind im Schnitt 9,8 Artikel pro Ausgabe.

In den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 veröffentlichte die HSt einen Aufmacher-Artikel, der besonders für Jugendliche relevant ist (Tab. 6). In der Ausgabe 113/2013¹⁷⁸ handelte der vierspaltige Aufmacher vom Thema „Strengere Führerscheinregeln“ und sprach damit besonders Jugendliche im Alter von 16 bis 18 Jahren an.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Zusatz	Alter	Seite
113/13	Strengere Führerscheinregeln	4	Info	-	1
Gesamt	1 Artikel	4	1		

Tab. 6: Aufmacher-Artikel auf der Titelseite der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

¹⁷⁵ IVW, Auflagezahlen der Heilbronner Stimme 01/2011 und 01/2012

¹⁷⁶ Heilbronner Stimme. Mediadaten 2012, 16

¹⁷⁷ Siehe Anlage, Tab. 15

¹⁷⁸ Heilbronner Stimme, Ausgabe 113/2013, 1

In 21 der HSt-Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 gab es auf der Titelseite weitere Artikel, die für Jugendliche von besonderer Bedeutung waren oder von diesen handelten (Tab. 7). Auffällig ist dabei, dass 18 der 21 Themen einspaltig veröffentlicht wurden. Nur die Artikel „Neue Promillegrenze für Radler“ in der Ausgabe 116/2013¹⁷⁹ und „Die Toten Hosen rocken Heilbronn“ in der Ausgabe 136/2013¹⁸⁰ waren vierspaltig aufgebaut. Ausgaben, in denen sich zwei oder drei Artikel der Titelseite speziell an Jugendliche richteten, waren die 111/2013¹⁸¹, 122/2013¹⁸² und 126/2013¹⁸³.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Zusatz	Alter	Seite
108/13	Fotoshooting im Flugzeug (Stewardess)	1	-	-	1
111/13	Mehr Studenten in Heilbronn	1	-	-	1
111/13	Online statt City – junge Leute kaufen im Internet	1	-	-	1
112/13	Aus für kleine Schulen	2	-	-	1
115/13	Skateboarder gehen bei 24h-Rennen an ihre Grenzen	1	Bild	-	1
116/13	Neue Promillegrenze für Radler	4	Info	-	1
117/13	Abitur mit 16 Jahren: Zu Jungs fürs Studium?	1	Bild	16	1
118/13	Furiöse Bühnenshow – Pink in Stuttgart	1	Bild	-	1
122/13	Aktionsplan soll Jugend bei Jobsuche helfen	1	-	-	1
122/13	Muntere Chaostruppe: Finale von Hangover 3 (Film)	1	Bild	-	1
122/13	Traumjob oder Alptraum – Als Au-Pair arbeiten	1	Bild	-	1
123/13	Jugendliche halten sich mit Drogen zurück	1	-	-	1
126/13	Firmen suchen Auszubildende	1	-	-	1
126/13	Wahl für Kinder und Jugendliche	1	-	U18	1
131/13	Extremsport – Basejumper Jürgen Mühling	1	Bild	-	1
132/13	Winzer suchen Lehrlinge	1	Bild	-	1
134/13	Einfach ist langweilig – junge Triathleten berichten	1	Bild	-	1
136/13	Die Toten Hosen rocken Heilbronn	4	Bild	-	1
137/13	Schlacht mit bunten Farben (Holi Festival of Colours)	1	-	-	1
141/13	Mutter tritt statt Tochter zum Abi an	1	-	17	1
142/13	Abitur wird bundesweit vergleichbar	1	-	-	1
Gesamt	21 Artikel	28	10		

Tab. 7: Artikel auf der Titelseite der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausg. 104/2013 bis 148/2013.

Im Vergleich, inwieweit sich die 431 Artikel (s. S. 39, Abs. 3), die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen, auf die einzelnen Ressorts der HSt verteilen (Abb. 20), weist das Lokal-Ressort den höchsten Wert auf. In diesem Ressort, das sich aus den Rubriken Region Heilbronn, Heilbronner Leben, Nachbarschaft und dem jeweiligen Lokalteil (Weinsberger Tal, Schozach & Bottwartal) zusammensetzt, gab es in

¹⁷⁹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 116/2013, 1

¹⁸⁰ Heilbronner Stimme, Ausgabe 136/2013, 1

¹⁸¹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 111/2013, 1

¹⁸² Heilbronner Stimme, Ausgabe 122/2013, 1

¹⁸³ Heilbronner Stimme, Ausgabe 126/2013, 1

den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 insgesamt 104 Artikel¹⁸⁴ dieser Art. Pro Ausgabe sind das im Schnitt 2,3 Artikel. Dabei ging es in mehrspaltigen Texten um Leukämie im Jugendalter („Jetzt zählt der Blick nach vorne“, Ausgabe 105/2013¹⁸⁵), die Planungen der Jugendhilfe („Jugendhilfe will im Bahnhof einziehen“, Ausgabe 110/2013¹⁸⁶) und über die Events von Abiturienten („Sonniger Abistreich mit DJ“, Ausgabe 129/2013¹⁸⁷). Einspaltige Nachrichten, die von Jugendlichen handeln oder diese besonders ansprechen, gab es z.B. in der Ausgabe 108/2013¹⁸⁸ („Am Bahnhof verprügelt“) und in der Ausgabe 120/2013¹⁸⁹ („Schüler bekennen Farbe gegen Mobbing“). In der Ausgabe 127/2013¹⁹⁰ ging es um ein „Schulkonzert des Gymnasiums“ und in der Ausgabe 145/2013¹⁹¹ um den „Ehrenamtspreis für Jugendliche“.

Mit 78 Artikeln¹⁹² wurden im Ressort Sport die zweithäufigsten Artikel für bzw. über Jugendliche veröffentlicht. Das sind im Schnitt 1,7 Artikel pro Ausgabe. Artikel über Jugendteams handelten unter anderem in vier Spalten von einem Fußballspiel einer A-Jugend („U19 des FC Heilbronn überrascht positiv“, Ausgabe 106/2013¹⁹³, in vier Spalten von einem Leichtathletik-Jugendwettkampf („Landestitel für U20-Jugend der ULG“, Ausgabe 111/2013¹⁹⁴) sowie in vier Spalten um den Erfolg einer U15-Tischtennis-Auswahl („TSG Heilbronn verteidigt Landestitel“, Ausgabe 136/2013¹⁹⁵.) Bei der Berichterstattung über einzelne Sportler ging es in der Ausgabe 117/2013¹⁹⁶ in einer Spalte um eine 13-jährige Turnerin („Antonia Alicke holt sich fünf Medaillen“), in der Ausgabe 123/2013¹⁹⁷ in fünf Spalten um einen 20-jährigen Boxer („Kastriot Sopa will in Minsk zuschlagen“) und in der Ausgabe 140/2013¹⁹⁸ in einer Spalte um den Sieger eines U18-Jugendtriathlons („Plappert mit Start-Ziel-Sieg“).

¹⁸⁴ Siehe Anlage, Tab. 21

¹⁸⁵ Heilbronner Stimme, Ausgabe 105/2013, 26

¹⁸⁶ Heilbronner Stimme, Ausgabe 110/2013, 26

¹⁸⁷ Heilbronner Stimme, Ausgabe 129/2013, 39

¹⁸⁸ Heilbronner Stimme, Ausgabe 108/2013, 31

¹⁸⁹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 120/2013, 35

¹⁹⁰ Heilbronner Stimme, Ausgabe 127/2013, 28

¹⁹¹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 145/2013, 34

¹⁹² Siehe Anlage, Tab. 28

¹⁹³ Heilbronner Stimme, Ausgabe 106/2013, 19

¹⁹⁴ Heilbronner Stimme, Ausgabe 111/2013, 14

¹⁹⁵ Heilbronner Stimme, Ausgabe 136/2013, 21

¹⁹⁶ Heilbronner Stimme, Ausgabe 117/2013, 14

¹⁹⁷ Heilbronner Stimme, Ausgabe 123/2013, 17

¹⁹⁸ Heilbronner Stimme, Ausgabe 140/2013, 15

Im Schnitt weniger als einen von Jugendlichen handelnden oder besonders für diese relevanten Artikel pro Zeitung gab es in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 in den übrigen Ressorts der HSt. An dritter Stelle steht mit 38 jugendrelevanten Artikeln¹⁹⁹ das Ressort Blick in die Welt. In der Ausgabe 113/2013²⁰⁰ ging es darin in einem dreispaltigen Artikel um Cybermobbing („Die Mobber kommen ins Kinderzimmer“), in der Ausgabe 124/2013²⁰¹ vierspaltig um das Projekt „Jugend forscht“ („Aaskäfer-Programm und Holzhacker-Hilfe“) und in der Ausgabe 126/2013²⁰² einspaltig um den „Lynchaufruf auf Facebook“ eines 19-Jährigen. Mit 35 Artikeln²⁰³, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen, folgt das Ressort Kultur, zu dem auch die Rubrik Musik gehört. Darin handelten die Artikel unter anderem in vier Spalten vom Festival Rock am See („Keine Absage der Toten Hosen“, Ausgabe 120/2013²⁰⁴), in einer Spalte um den Gewinner des Jugendbuchpreises („Jugendbuchpreis an US-Autor John Green“, Ausgabe 134/2013²⁰⁵) und in vier Spalten vom Wertungsspiel von Musikern im Alter von neun bis 19 Jahren („Wie in einer Großfamilie“, Ausgabe 141/2013²⁰⁶). Im Ressort Stadt Heilbronn wurden 33 jugendrelevante Artikel²⁰⁷ veröffentlicht, die unter anderem vierspaltig von einem Schülerwettbewerb („Auf geht's nach Texas“, Ausgabe 110/2013²⁰⁸) oder vierspaltig über das Abitur („Geschichte, die Schüler aufs Leben vorbereitet“, Ausgabe 128/2013²⁰⁹) berichteten. Mit 28 Artikeln²¹⁰ für bzw. über Jugendliche folgt das Ressort Baden-Württemberg, in dem es z.B. je vierspaltig um Bildungspolitik („Vielen Schulen droht das aus“, Ausgabe 112/2013²¹¹) und die Jugendfeuerwehr („Im Internet auf Nachwuchssuche“, Ausgabe 126/2013²¹²) ging. Im Ressort Service & Freizeit, in dem 25 jugendrelevante Artikel²¹³ veröffentlicht wurden, gab es in der Ausgabe 110/2013²¹⁴ in fünf Spalten Hinweise für Auszubildende („Positiv in die

¹⁹⁹ Siehe Anlage, Tab. 17

²⁰⁰ Heilbronner Stimme, Ausgabe 113/2013, 8

²⁰¹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 124/2013, 8

²⁰² Heilbronner Stimme, Ausgabe 126/2013, 9

²⁰³ Siehe Anlage, Tab. 20

²⁰⁴ Heilbronner Stimme, Ausgabe 120/2013, 25

²⁰⁵ Heilbronner Stimme, Ausgabe 134/2013, 23

²⁰⁶ Heilbronner Stimme, Ausgabe 141/2013, 27

²⁰⁷ Siehe Anlage, Tab. 29

²⁰⁸ Heilbronner Stimme, Ausgabe 110/2013, 28

²⁰⁹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 128/2013, 33

²¹⁰ Siehe Anlage, Tab. 16

²¹¹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 112/2013, 5

²¹² Heilbronner Stimme, Ausgabe 126/2013, 5

²¹³ Siehe Anlage, Tab. 27

²¹⁴ Heilbronner Stimme, Ausgabe 110/2013, 7

Prüfungszeit“), in der Ausgabe 133/2013²¹⁵ ging es in fünf Spalten um die Essgewohnheiten von Jugendlichen („Junge Menschen haben weniger Lust auf Tiefkühlkost“) und in der Ausgabe 137/2013²¹⁶ 2013 vierspaltig um Studentenkredite („Auf die Klauseln achten“). Im Ressort Medien, das sich aus den Rubriken Medien, Kino, Computer und TV zusammensetzt, waren 22 Artikel²¹⁷ besonders für Jugendliche von Bedeutung. Darin wurde unter anderem einspaltig auf einen Film hingewiesen, der von Mobbing unter Jugendlichen handelt („Du Oper!“, Ausgabe 111/2013²¹⁸). Nur wenige für Jugendliche relevante Artikel gab es in den HSt-Ressorts Wirtschaft (14)²¹⁹, Politik (10)²²⁰, Stellen (8)²²¹, Hintergrund (5)²²², Reise (2)²²³, Reportagen (2)²²⁴ und Meinungen (1)²²⁵.

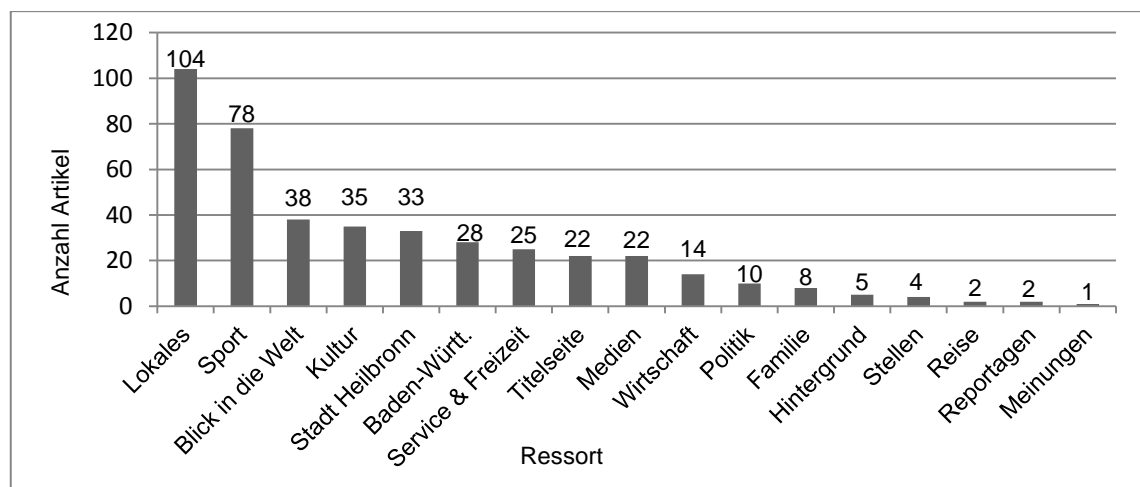


Abb. 20: Anzahl der Artikel in den einzelnen Ressorts der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

In den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 waren 207²²⁶ der 431 HSt-Artikel (s. S. 39, Abs. 3), die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen, mit einem Bild, einer Grafik oder einem zusätzlichen Informationstext erschienen. Das entspricht ei-

²¹⁵ Heilbronner Stimme, Ausgabe 133/2013, 9

²¹⁶ Heilbronner Stimme, Ausgabe 137/2013, 6

²¹⁷ Siehe Anlage, Tab. 22

²¹⁸ Heilbronner Stimme, Ausgabe 111/2013, 24

²¹⁹ Siehe Anlage, Tab. 24

²²⁰ ebenda

²²¹ Siehe Anlage, Tab. 30

²²² Siehe Anlage, Tab. 19

²²³ Siehe Anlage, Tab. 25

²²⁴ Siehe Anlage, Tab. 26

²²⁵ Siehe Anlage, Tab. 31

²²⁶ Siehe Anlage, Tab. 15

nem Wert von 48 Prozent. Damit wurde fast jedes zweite Jugendthema zusätzlich zum Inhalt aufgewertet und ansprechend gelayoutet.

Wie bei der Anzahl der jugendrelevanten Artikel sind die beiden HSt-Ressorts Lokales und Sport auch bei der Anzahl verwendeter grafischer Elemente führend (Abb. 21). Im Lokalen wurden diese bei 51²²⁷ und im Sport bei 32²²⁸ Artikeln verwendet. 28²²⁹ grafische Elemente wurden im Ressort Stadt Heilbronn veröffentlicht. Deutlich weniger Bilder, Grafiken und Informationstexte gab es in den HSt-Ressorts Service & Freizeit (16)²³⁰, Kultur (16)²³¹, Blick in die Welt (13)²³², auf der Titelseite (11, siehe Tab 6,7), Medien (9)²³³, Baden-Württemberg (7)²³⁴, Familie (5)²³⁵, Politik (4)²³⁶, Stellen (4)²³⁷, Wirtschaft (4)²³⁸, Hintergrund (3)²³⁹, Reportage (2)²⁴⁰, Reise (1)²⁴¹ und Meinungen (1)²⁴².

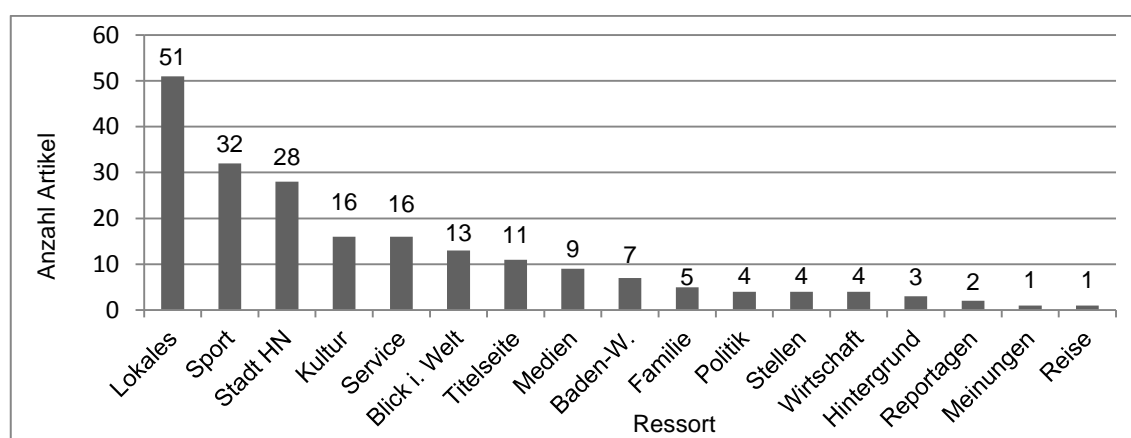


Abb. 21: Anzahl der Bilder, Grafiken und Informationskästen zu den Artikeln der Heilbronner Stimme, die in den einzelnen Ressorts von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

²²⁷ Siehe Anlage, Tab. 21

²²⁸ Siehe Anlage, Tab. 28

²²⁹ Siehe Anlage, Tab. 29

²³⁰ Siehe Anlage, Tab. 27

²³¹ Siehe Anlage, Tab. 20

²³² Siehe Anlage, Tab. 17

²³³ Siehe Anlage, Tab. 22

²³⁴ Siehe Anlage, Tab. 16

²³⁵ Siehe Anlage, Tab. 18

²³⁶ Siehe Anlage, Tab. 24

²³⁷ Siehe Anlage, Tab. 30

²³⁸ Siehe Anlage, Tab. 31

²³⁹ Siehe Anlage, Tab. 19

²⁴⁰ Siehe Anlage, Tab. 26

²⁴¹ Siehe Anlage, Tab. 25

²⁴² Siehe Anlage, Tab. 23

Im Vergleich der beiden genannten Ressorts, in denen in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 die meisten jugendrelevanten Themen veröffentlicht wurden, weist das Ressort Lokales den höheren Anteil an grafischen Elementen auf (Abb. 22). 49 Prozent der Artikel wurden darin mit Bildern, Grafiken oder Informationstexten versehen. Damit liegt das Lokal-Ressort knapp über dem gesamten Durchschnitt von 48 Prozent. Mit 41 Prozent ist das Ressort Sport hingegen weit darunter. Bemerkenswert ist, dass 28 der 33 jugendrelevanten Themen mit grafischen Elementen veröffentlicht wurden. Das entspricht einem Wert von 84,8 Prozent.²⁴³

Den mit hundert Prozent höchsten Anteil an Artikeln mit grafischen Elementen weisen die Ressorts Stellen, Reportagen und Meinungen auf. Diese veröffentlichten in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2014 aber nur je einen bzw. zwei Artikel, die sich speziell an Jugendliche gerichtet haben. Einen hohen Anteil an jugendrelevanten Artikeln mit grafischen Elementen gibt es in Service & Freizeit (64 Prozent), in Familie (62,5) sowie im Hintergrund-Ressort (60 Prozent). Auch die Titelseite und das Reise-Ressort schneiden mit 50 Prozent überdurchschnittlich ab, das Ressort Kultur & Musik liegt mit 45,7 Prozent knapp unter dem Schnitt. Weniger grafische Elemente werden hingegen in den Ressorts Medien (40,9 Prozent) und Politik (40 Prozent) verwendet. Die wenigsten Bilder, Grafiken oder Informationskästen gab es in den Ressorts Blick in die Welt (34,2 Prozent), Wirtschaft (28,6 Prozent) und Baden Württemberg (25 Prozent).²⁴⁴

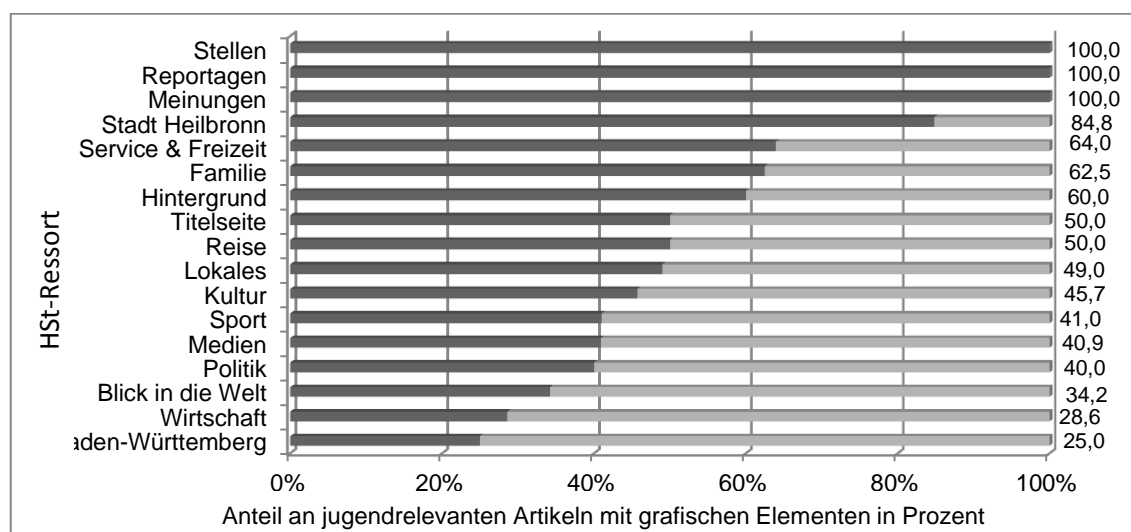


Abb. 22: Prozentualer Anteil von grafischen Elementen zu den Artikeln der Heilbronner Stimme, die in den einzelnen Ressorts von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

²⁴³ Siehe Anlage, Tab. 15

²⁴⁴ ebenda

Die Seiten der HSt mit redaktionellem Inhalt sind sechsspaltig aufgebaut. 254 der genannten 431 jugendrelevanten HSt-Themen (s. S. 39, Abs. 3) wurden einspaltig veröffentlicht (Abb. 23). Das entspricht 58,9 Prozent. Vierspaltige Artikel wurden immerhin 120 Mal und damit zu 27,8 Prozent veröffentlicht. Hingegen gab es nur zehn zweispaltige (2,3 Prozent), 16 dreispaltige (3,7 Prozent), 22 fünfspaltige (5,1 Prozent) und neun sechsspaltige (2,1 Prozent) jugendrelevante Artikel. Insgesamt waren also 86,7 Prozent dieser Themen in einer oder vier Spalten aufgebaut. Die restlichen 13,3 Prozent verteilen sich auf die zwei-, drei-, fünf- und sechsspaltigen Texte.²⁴⁵

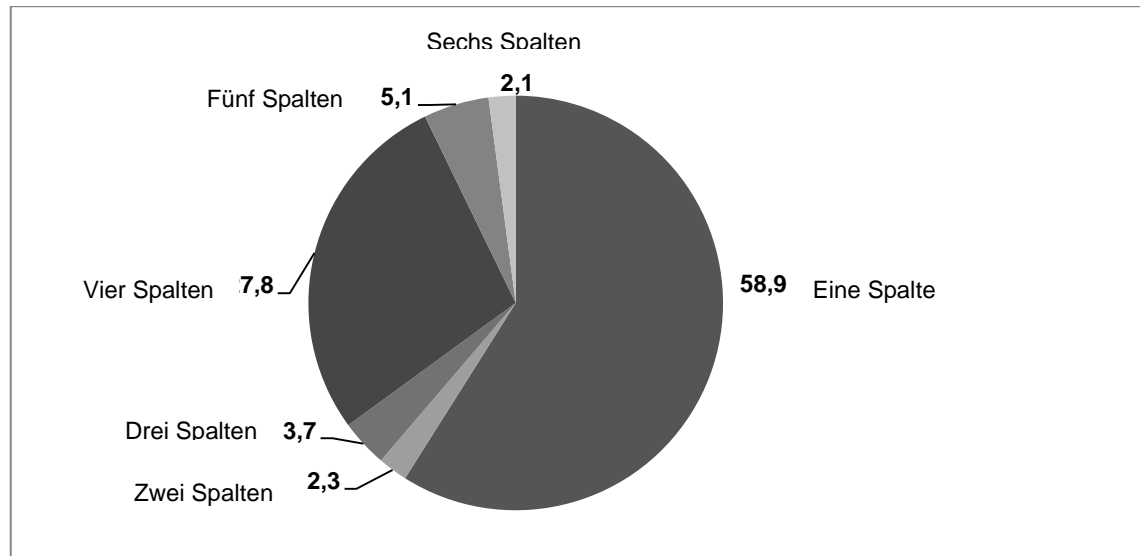


Abb. 23: Anteil der jeweiligen Spaltenanzahl bei den 431 jugendrelevanten Artikeln der Heilbronner Stimme in Prozent. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

Vergleicht man die beiden HSt-Ressorts miteinander, in denen in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 die meisten jugendrelevanten Themen veröffentlicht wurden²⁴⁶ (Tab. 8), so gab es in beiden Ressorts vor allem ein- und vierspaltige Artikel. Im Lokalen waren 57,7 Prozent der jugendrelevanten Themen einspaltig, im Sport sogar 71,8 Prozent. Der Anteil vierspaltiger Artikel liegt mit 25 Prozent (Lokal) und 20,5 Prozent (Sport) weit darunter. Hingegen erschienen kaum Texte mit zwei (Lokal: 2,9 Prozent, Sport: 1,3 Prozent), drei (Lokal: 3,8 Prozent, Sport: 1,3 Prozent), fünf (Lokal: 5,8 Prozent, Sport: 5,1 Prozent) sowie sechs (Lokal: 4,8 Prozent) Spalten. Im Sport wurden keine jugendrelevanten sechsspaltigen Artikel veröffentlicht.

²⁴⁵ Siehe Anlage, Tab. 32

²⁴⁶ Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

Anzahl Spalten	Ressort Lokales	Ressort Sport
Eine Spalte	57,7	71,8
Zwei Spalten	2,9	1,3
Drei Spalten	3,8	1,3
Vier Spalten	25,0	20,5
Fünf Spalten	5,8	5,1
Sechs Spalten	4,8	0,0

Tab. 8: Verteilung der Spaltenanzahl bei den jugendrelevanten Artikeln in den Ressorts Lokales und Sport der Heilbronner Stimme in Prozent. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

3.4.3 Jugendrubriken der Heilbronner Stimme

Seit April 2004 veröffentlicht die HSt einmal in der Woche, meistens donnerstags, in ihrer Printausgabe eine ganzseitige Jugendseite mit dem Namen „stimmt!“. Auf der Titelseite der HSt wird mit ein paar Zeilen und einem Bild auf diese Jugendrubrik hingewiesen. In „stimmt!“ (Abb. 24) geht es „um den Bereich Schule, Freizeit, Ausbildung, Beruf etc. Neben den hauseigenen Redakteuren liefern auch Jugendliche Artikel zu dieser Seite“.²⁴⁷ Es gibt dabei jeweils eine Titelgeschichte, in der Jugendliche dem Leser ein bestimmtes Thema nahebringen. Dazu werden einspaltig ein Buchvorschlag in der Rubrik „durchgelesen“, ein Musikvorschlag in der Rubrik „reingehört“ oder ein Filmvorschlag in der Rubrik „reingeschaut“ gemacht. Auch Hinweise auf Filmstarts in den Kinos werden gegeben. Die Tipps werden jeweils von Jugendlichen formuliert. Mithilfe eines QR-Codes kann der Leser Kontakt zur „stimmt!“-Redaktion aufnehmen. Die Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 beinhalteten acht Mal „stimmt!“ (Tab. 9).²⁴⁸

HSt Nr.	Thema bei „stimmt!“	Seite
106/13	Leser für mehr Wissen	30
112/13	Kaufen als Erlebnis	20
117/13	Zu jung? – Mit 16 Jahren hat Ella bereits ihr Abitur in der Tasche	20
122/13	Schattenseiten eines Traumes	22
128/13	Kein Hobby für Nichtschwimmer	24
134/13	Drei Sportarten in einer	20
140/13	Grillen beim Chillen	22
146/13	Paris – Tipps für einen Trip in die französische Hauptstadt	20
Gesamt	7 „stimmt!“-Seiten	

Tab. 9: Die „stimmt!“-Seiten der Heilbronner Stimme. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

²⁴⁷ Lampret, Nina 2007, 54

²⁴⁸ Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

Z.B. berichten Jugendliche in der Ausgabe 112/2013²⁴⁹ von ihren Erfahrungen beim Online-Shopping („Kaufen als Erlebnis“). In der Ausgabe 117/2013²⁵⁰ widmete sich die Rubrik dem Abitur. Im Hauptartikel wurde von der erst 16-jährigen Ella Rainer berichtet, die bereits das Abitur absolviert hat („Zu jung?“), ein anderer Artikel behandelte die anstehenden Monate nach dem Abitur, in denen oft wichtige Entscheidungen getroffen werden („Die Qual der Wahl“). In einem Kommentar äußerte sich die Abiturientin Anna-Marie Utz zur G9-Problematik. In der Ausgabe 122/2013²⁵¹ ging es in zwei fünfspaltigen Berichten um die Arbeit als Au-Pair im Ausland („Schattenseiten eines Traumes“). Dabei berichtete die 19-jährige Wibke Keller von ihren Erlebnissen, die Redaktion fasste wichtige Hinweise zusammen. In der Ausgabe 128/2013²⁵² handelte „stimmt!“ vom 16-jährigen Yannick Jenner, dem 14-jährigen Jan Heydenreich und der 15-jährigen Lisa Eichhorn, die vom Rudersport erzählten („Kein Hobby für Nichtschwimmer“). In einem weiteren Artikel ging es um den Fahrrad-Gewinn eines jungen Lesers („Ein neues Fahrrad für den Sommer“). In der Ausgabe 134/2013²⁵³ beschrieben der 14-jährige Dustin und die 16-jährige Anna ihr Hobby Triathlon („Drei Sportarten in einer“). Darüber hinaus gab es ein Interview mit Alex Pascow, dem Sänger und Gitarristen der Band Pascow („Hart und punkig“) und praktische Hinweise für die Vorbereitung auf das Konzert der Toten Hosen in Heilbronn („Die Toten-Hosen-Info für die Hosentasche“).



Abb. 24: „stimmt!“ in der Heilbronner Stimme. Quelle: Heilbronner Stimme, Ausgabe 134/2013, 20.

Meistens mittwochs erscheint in der HSt die ganzseitige Rubrik „ZISCH - Zeitung in der Schule“ (Abb. 25). Dabei treten Schulklassen über das Jahr hinweg gegeneinander an und können durch verschiedene Projekte Punkte sammeln und herausfinden, welche die begabteste Klasse ist. An jedem ersten Mittwoch des Monats veröffentlicht die „ZISCH“-Redaktion zudem ein Quiz, an dem die Schulklassen teilnehmen und damit Punkte sammeln können. Die Ranglisten dieses Wettbewerbs „Mediencup“ sind unterteilt in die Klassen sieben bis neun und zehn bis zwölf, die drei Bestplatzierten werden jeweils auf der „ZISCH“-Seite aufgelistet. Darüber hinaus gibt es einen Verweis auf das

²⁴⁹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 112/2013, 20

²⁵⁰ Heilbronner Stimme, Ausgabe 117/2013, 20

²⁵¹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 122/2013, 22

²⁵² Heilbronner Stimme, Ausgabe 128/2013, 24

²⁵³ Heilbronner Stimme, Ausgabe 134/2013, 20

Thema der nächsten „stimmt!“-Jugendseite. Von den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 enthielten sechs „ZISCH“ (Tab. 5).²⁵⁴

HSt Nr.	Thema bei „ZISCH – Zeitung in der Schule“	Seite
106/13	Gute Aussichten – Tolle Ergebnisse beim Fotowettbewerb für Zisch-Schüler	6
111/13	Anschreiben per SMS	32
127/13	Wer weiß was? Zisch-Quiz	18
133/13	Justin Bieber rockt die Frankfurter Festhalle	19
139/13	Was will ich mal werden?	32
145/13	Stimme-Verleger und Chefredakteur stellen sich Fragen zu Facebook, Print & Co.	24
Gesamt	7 „ZISCH“-Seiten	

Tab. 10: Die „ZISCH“-Seiten der Heilbronner Stimme. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

In der Ausgabe 106/2013²⁵⁵, wurden die sieben Gewinner-Fotos eines „ZISCH“-Fotowettbewerbs abgedruckt („Gute Aussichten“). Dabei hatten Schülerinnen und Schüler die Möglichkeit, Bilder einzusenden, auf denen eine außerordentliche Aussicht zu sehen war. Teilgenommen hatten Real- und Berufsschüler, die damit Punkte für ihre Schulklasse beim „Mediencup“ einspielten. In der Ausgabe 111/2013²⁵⁶ handelte „ZISCH“ von einem Schulprojekt rund um die SMS. Dabei gab es eine Titelgeschichte („Anschreiben per SMS“), einen Blick auf Bewerbungen der Zukunft („Tippen bis die Daumen brennen“) und Meinungen der Jugendlichen („So kam das Projekt bei den Jugendliche an“). In der Ausgabe 127/13²⁵⁷, gab es neben dem monatlichen „ZISCH“-Quiz Berichte über Schüler im Handwerk-Praxistest („Neue Erfahrungen“) und den Botanischen Obstgarten in Heilbronn („Blühende Idylle“), in der Ausgabe 133/2013²⁵⁸ ging es um ein Konzert von Justin Bieber („Justin Bieber rockt die Frankfurter Festhalle“), dazu gab es eine Umfrage („Habt ihr schon mal Spickzettel benutzt?“) und ein Artikel über ein Jugend-Blasorchester („Erst die Probe, dann die Orchesterreise“). In der Ausgabe 139/2013²⁵⁹ handelte „ZISCH“ von den Berufswünschen der Schüler („Was will ich mal werden?“). Bemerkenswert ist, dass sich für die Ausgabe 145/2013²⁶⁰ der Verleger und der Chefredakteur der HSt in einer Talkrunde den Fragen der „ZISCH“-Schüler gestellt haben („Wertvolle Neuigkeiten“). Dabei ging es auch um die Thematiken Facebook und Printmedien.

²⁵⁴ Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

²⁵⁵ Heilbronner Stimme, Ausgabe 106/2013, 6

²⁵⁶ Heilbronner Stimme, Ausgabe 111/2013, 32

²⁵⁷ Heilbronner Stimme, Ausgabe 127/2013, 18

²⁵⁸ Heilbronner Stimme, Ausgabe 133/2013, 19

²⁵⁹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 139/2013, 32

²⁶⁰ Heilbronner Stimme, Ausgabe 145/2013, 24

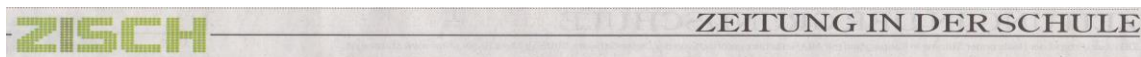


Abb. 25: „ZISCH – Zeitung in der Schule“ in der Heilbronner Stimme. Quelle: Heilbronner Stimme, Ausgabe 111/2013, 32.

Studenten werden durch die unregelmäßig erscheinende Rubrik „Hochschulfenster“ angesprochen. Diese zieht sich im Ressort Region Heilbronn einspaltig über die ganze Seitenhöhe und handelt von den Hochschulen in Heilbronn und Umgebung. Ein Link verweist auf hochschulenhoch3.de, die Hochschuleseite der HSt. Themen im „Hochschulfenster“ sind z.B. studentische oder Rektoren-Wahlen, Hinweise auf Tage der offenen Tür für Schülerinnen und Schüler und weitere Veranstaltungstipps. Auch über Wettbewerbe der Hochschulen und anstehende Sprechstunden zu bestimmten Themen wird berichtet. Erschienen ist diese Rubrik in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 sechs Mal: 109/2013²⁶¹, 115/2013²⁶², 120/2013²⁶³, 131/2013²⁶⁴, 137/2013²⁶⁵, 143/2013²⁶⁶.



Abb. 26: „Hochschulfenster“ in der Heilbronner Stimme. Quelle: Heilbronner Stimme, Ausgabe 131/2013, 26.

Eindrücke von Feiern, Partys und Konzerten in Heilbronn und der Region kommen in der Rubrik „Nachtlichter“ vor. Auch Veranstaltungstipps sind Thema. Wie auch das „Hochschulfenster“ ist „Nachtlichter“ einspaltig im Ressort Region Heilbronn aufgezogen. In den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 erschien „Nachtlichter“ fünf Mal: 122/2013²⁶⁷, 127/2013²⁶⁸, 134/2013²⁶⁹, 139/2013²⁷⁰ und 145/2013²⁷¹.

²⁶¹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 109/2013, 30
²⁶² Heilbronner Stimme, Ausgabe 115/2013, 30
²⁶³ Heilbronner Stimme, Ausgabe 120/2013, 30
²⁶⁴ Heilbronner Stimme, Ausgabe 131/2013, 26
²⁶⁵ Heilbronner Stimme, Ausgabe 137/2013, 26
²⁶⁶ Heilbronner Stimme, Ausgabe 143/2013, 30
²⁶⁷ Heilbronner Stimme, Ausgabe 122/2013, 30
²⁶⁸ Heilbronner Stimme, Ausgabe 127/2013, 31
²⁶⁹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 134/2013, 33
²⁷⁰ Heilbronner Stimme, Ausgabe 139/2013, 30



Abb. 27: „Nachlichter“ in der Heilbronner Stimme Quelle: Heilbronner Stimme, Ausgabe 122/2013, 30.

Im Schaukasten der HSt gibt es in der Kategorie „Kinder/Jugend“ täglich Informationen zu Veranstaltungen für diese Altersklasse. Auch HSt-Rubriken, die sich an eine jüngere Altersklasse als die der Jugendlichen richten, existieren. Von Montag bis Freitag erscheinen die viertelseitigen Nachrichten „Kinderleicht“, samstags zusätzlich die ganzseitige „Kinderstimme“, in der Kinder bis 13 Jahre angesprochen werden. Für Kinder bis zehn Jahre gibt es in unregelmäßigen Abständen die ganzseitigen Rubriken „ZiG - Zeitung in der Grundschule“ und „ZiK - Zeitung im Kindergarten“.²⁷²

3.4.4 Vertrieb der Heilbronner Stimme

Die HSt bietet ihren Lesern verschiedene Arten von Abonnements an. Es richten sich davon aber keine speziell an Jugendliche bis 21 Jahre, Schüler, Studenten oder Auszubildende. Bei Schülerwettbewerben im Rahmen der HSt-Kinderrubrik „ZiG – Zeitung in der Grundschule“²⁷³ bekommen die Sieger aber HSt-Abonnements für alle Schüler ihrer Klasse. Teilnehmende Klassen der HSt-Jugendrubrik „ZiSCH – Zeitung in der Schule“ erhalten fast ein Schuljahr lang je fünf kostenlose Exemplare der HSt. Im Schuljahr 2013/14 wird das vom 21. Oktober 2013 bis zum 18. Juli 2014 der Fall sein. In diesem Zeitraum bekommt zeitweise jeder Schüler eine eigene Ausgabe.²⁷⁴

Generell erhalten HSt-Abonnenten einen Rabatt im Stimme-Shop, Sparcoupons für regionale Firmen, regelmäßige Gewinnspiele, vergünstigte Leserreisen und Tickets für Events sowie Zutritt zu HSt-Veranstaltungen. Über diese Aktionen wird der Abonnent im HSt-Magazin „Stimme Bonus“ informiert, das diese alle drei Monate erhalten.²⁷⁵

²⁷¹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 145/2013, 34

²⁷² Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

²⁷³ Heilbronner Stimme, Zeitung in der Grundschule 2013

²⁷⁴ Heilbronner Stimme, Zeitung in der Schule 2013

²⁷⁵ Heilbronner Stimme, Abonnement Stimme Bonus 2013

Die HSt bietet ihren Kunden verschiedene Abonnements an. Neben dem herkömmlichen Abonnement²⁷⁶ gibt es für Neukunden das dreiwöchige Testabo für fünf Euro²⁷⁷, das dreimonatige Miniabo, das 6-Wochen-Abo sowie das so genannte Vorteilsabo mit einem Jahreslos der Aktion Mensch.²⁷⁸ Für Familien existiert das Familien-Abo, bei dem sechs Mal pro Jahr zusätzlich ein Kindermagazin beigelegt wird²⁷⁹.

Für die digitale Ausgabe der HSt werden verschiedene Abonnements angeboten. Dabei kann für den Computer die „eStimme“ abonniert und die aktuelle HSt-Ausgabe heruntergeladen werden. Auch die „iStimme“ für das iPad ist verfügbar,²⁸⁰ das Gerät kann dazu vergünstigt erworben werden²⁸¹. Darüber hinaus gibt es die HSt-Rubriken „stimme.de“, „stimme.tv“ und die Jugendrubrik „stimmt!“ jeweils als Applikation für das iPhone²⁸². Für Sehbehinderte gibt es die „Online-Blindenstimme“ und die „Blindenzeitung“²⁸³. Um neue Leser zu werben baut die HSt auf die Aktion „Leser werben Leser“²⁸⁴. Dabei erhalten Abonnenten Prämien, wenn sie Neukunden für die HSt werben.

3.4.5 Neue Medien bei der Heilbronner Stimme

Die HSt weist ein großes Angebot für die Nutzung von Neuen Medien auf. Dabei wird crossmedial vorgegangen: In der gedruckten Zeitung werden im Impressum und in einem Informationskasten im jeweiligen Ressort die URL der HSt-Webseite und die E-Mail-Adressen der Ressorts angegeben. Am Ende mancher Artikel, vor allem bei Kommentaren, wird der Leser um eine E-Mail mit der Meinung zum Text gebeten. In diesem Fall wird der E-Mail-Kontakt des Verfassers veröffentlicht. Zusätzlich werden am Ende mancher Artikel Links angegeben, über die sich der Leser online weitere Informationen zum Thema einholen oder Bildergalerien ansehen kann. Dabei werden auch externe Links verwendet, die nicht zu hauseigenen Inhalten der HSt führen.²⁸⁵

Auf der Webseite der HSt wurden von Juli bis September 2012 monatlich im Schnitt 3.182.898 Pls gezählt. 34,21 Prozent der Visits fielen auf redaktionelle Inhalte, weitere

²⁷⁶ Heilbronner Stimme, Abonnement 2013

²⁷⁷ Heilbronner Stimme, Schnupper-Abonnement 2013

²⁷⁸ Heilbronner Stimme, Lesevergnügen zum Kennenlernen 2013

²⁷⁹ Heilbronner Stimme, Ziki-Abonnement 2013

²⁸⁰ Heilbronner Stimme, Digitale Ausgabe 2013

²⁸¹ Heilbronner Stimme, iPad-Abonnement 2013

²⁸² Heilbronner Stimme, Digitale Ausgabe 2013

²⁸³ Heilbronner Stimme, Blindenzeitung 2013

²⁸⁴ Heilbronner Stimme, Leser werben Leser 2013

²⁸⁵ Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

Kategorien waren Familien- und Traueranzeigen (16,73 Prozent), die Flirtstimme (6,36 Prozent) sowie Kleinanzeigen (6,32 Prozent).²⁸⁶ Die Webseite ist in mehrere Bereiche gegliedert, dabei wird vor allem zwischen den einzelnen Regionen des Verbreitungsgebietes unterschieden: Heilbronn, Hohenlohe, Kraichgau, Südwesten, Sport, Deutschland & Welt, Stimme.tv und Ratgeber. Dem Leser werden auf der Webseite kostenlose und ungekürzte Artikel angeboten. Bei manchen Themen wird eine Kommentarfunktion aktiviert, über die der Leser seine Meinung kundtun kann und Diskussionen gestartet werden können. Um diese Funktion nutzen zu können, bedarf es allerdings einer kostenfreien Anmeldung.²⁸⁷

Hinter „Stimme.tv“ steckt ein Onlineportal, in dem Videos für die User hochgeladen werden. Darin geht es sowohl um überregionale als auch regionale Themen. Diese werden in die Kategorien Region, Serien, Sport, Freizeit & Kultur, Deutschland & Welt, Buntes, Auto und Kino unterteilt. Viele Videos stammen von Presseagenturen, vor allem regionale Themen werden durch die Online-Redaktion der HSt aufgearbeitet. Wie umfangreich regionale Themen behandelt werden, zeigt die Tatsache, dass es im Regionalen mehrere Unterkategorien für Videos gibt: Das Blaulicht für Polizeiberichte, Reportagen, Umfragen, die tägliche Online-Nachrichtensendung „STIMMEaktuell“, der 360-Grad-Videoblog, Veranstaltungen, falken.tv für den Eishockey-Zweitligisten Heilbronner Falken, Sport regional, Sport-Mix sowie „Stimmt!“-Videos.²⁸⁸

Auch über Social Media versucht die HSt, potenzielle Leser zu erreichen. Am 31. Mai 2013 gab es 13.833 Gefällt-mir-Angaben auf der offiziellen Facebook-Seite²⁸⁹ und 1.431 Follower auf Twitter²⁹⁰. Auf Facebook veröffentlicht die HSt Links zu Artikeln auf der eigenen Webseite sowie Veranstaltungshinweise. Auch Smalltalk über Themen wie das Wetter oder Pläne für das anstehende Wochenende spielen eine Rolle. Auf Twitter werden ausschließlich Links für Themen auf der HSt-Webseite veröffentlicht. Zusätzlich verfügt die HSt die Facebook-Seiten „Stimme.net“²⁹¹ für Verlagsangelegenheiten und „jobstimme.de“²⁹², über die sich der Nutzer über Arbeits- und Ausbildungsplätze

²⁸⁶ IVW, Nutzungsdaten der Webseite der Heilbronner Stimme 2013

²⁸⁷ Heilbronner Stimme, Webseite 2013

²⁸⁸ Heilbronner Stimme, Stimme.tv 2013

²⁸⁹ Heilbronner Stimme, Facebook-Seite 2013

²⁹⁰ Heilbronner Stimme, Twitter-Seite 2013

²⁹¹ Heilbronner Stimme, Facebook-Seite Stimme.net 2013

²⁹² Heilbronner Stimme, Facebook-Seite jobstimme.de 2013

informieren kann. Im Videoportal YouTube besteht zudem der Account „stimmenet“²⁹³, über den seit dem 9. Juni 2012 aber keine Videos mehr hochgeladen wurde.

Mit der „eStimme“²⁹⁴ haben Kunden die Möglichkeit, die einzelnen Ausgaben der HSt kostenpflichtig nachzulesen. Das E-Paper kann zudem als PDF- oder ZIP-Datei heruntergeladen werden. Die Inhalte sind identisch mit der gedruckten HSt-Ausgabe, der Nutzer kann online aber immerhin die Reihenfolge der einzelnen Ressorts nach seinem Wunsch bestimmen oder die Ausgabe auch nach Schlagwörtern durchsuchen. Die Artikel und Werbeanzeigen können durch einen Mausklick vergrößert werden, um bequemes Lesen zu ermöglichen. Zusätzlich gibt es die „e-Stimme“ auch als Podcast, mit dem die Artikel als MP3-Datei angehört werden können.

Mit „Stimmt.de“²⁹⁵ hat die HSt ein hauseigenes Jugendportal entwickelt. Die Webseite hat ähnliche Inhalte wie die herkömmliche Homepage der HSt, ist aber speziell an die Bedürfnisse von Jugendlichen angepasst. So ist sie zum einen farbenfroher, zum anderen gibt es Kategorien, in denen Artikel es um für diese Altersklasse relevante Themen, wie z.B. modische Trends, geht. Auch Artikel aus der gedruckten HSt, die sich an diese Zielgruppe richten, werden kostenfrei und ungekürzt veröffentlicht. Neben diesen redaktionellen Inhalten gibt es auch die Rubriken Interaktiv (Gästebuch), Was geht? (regionale Events, Kino-Neustarts), Spaßmacher (Online-Games, Gewinnspiele, etc.), Music & More (CDs, Games, DVDs, Bücher, regionale Bands) und Blogs. Dabei werden Blogbeiträge von Jugendlichen aus der Region – den so genannten „Stimmt!-Bloggern“ – angezeigt. Zusätzlich ist „stimmt!“ in den sozialen Netzwerken Facebook (880 „Gefällt-mir“-Angaben)²⁹⁶, Twitter (38 Follower)²⁹⁷ und StudiVZ (44 Freunde)²⁹⁸ vertreten (Daten vom 31. Mai 2013).

²⁹³ Heilbronner Stimme, YouTube-Channel „stimmenet“ 2012

²⁹⁴ Heilbronner Stimme, eStimme“ 2013

²⁹⁵ Heilbronner Stimme, Jugendportal Stimmt.de 2013

²⁹⁶ Heilbronner Stimme, Facebook-Seite „stimmt!“ 2013

²⁹⁷ Heilbronner Stimme, Twitter-Seite „stimmt!“ 2013

²⁹⁸ Heilbronner Stimme, StudiVZ-Seite „stimmt!“ 2013

3.5 Vergleich der regionalen Tageszeitungen Ludwigsburger Kreiszeitung und Heilbronner Stimme

Hinweis des Autors: Dieses Kapitel nimmt Bezug die Inhalte der Kapitel 3.3.2 bis 3.4.5.

3.5.1 Inhalt der Ludwigsburger Kreiszeitung und der Heilbronner Stimme

Mit einer Anzahl von 431 Artikeln²⁹⁹, die in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 von Jugendlichen handelten oder besonders für diese Altersklasse von Bedeutung waren, weist die HSt in ihrem redaktionellen Inhalt einen deutlich höheren Wert als die LKZ mit 347 Artikeln³⁰⁰ auf. Pro Ausgabe erschienen in der HSt also 9,8 Artikel dieser Art, bei der LKZ waren es nur 7,7 Artikel. Bemerkenswert ist aber, dass die LKZ die jugendrelevanten Themen im Vergleich umfangreicher behandelte, bzw. die Anzahl der Spalten pro Artikel höher war. Das belegen mehrere Zahlen: Während 58,9 Prozent³⁰¹ der jugendrelevanten HSt-Artikel – und damit deutlich mehr als die Hälfte – einspaltig waren, bestanden bei der LKZ vergleichsweise wenige 36 Prozent³⁰² aus einer Spalte, also nur knapp jeder Dritte. In der Summe waren bei der HSt 176 Artikel³⁰³ mindestens zweispaltig, bei der LKZ 222 Artikel³⁰⁴. Dieser Unterschied wird auch dadurch verdeutlicht, dass bei der HSt nur 38,7 Prozent³⁰⁵ der jugendrelevanten Texte aus drei oder mehr Spalten bestanden, bei der LKZ aber mit 52,7 Prozent³⁰⁶ mehr als die Hälfte.

Bei der Verwendung grafischer Elemente in Form von Bildern, Grafiken oder zusätzlichen Informationstexten bei jugendrelevanten Artikeln weist die HSt mit 207 Elementen³⁰⁷ den höheren Wert als die LKZ mit 176 Elementen³⁰⁸ auf. Im Schnitt liegen beide

²⁹⁹ Siehe Anlage, Tab. 15

³⁰⁰ Siehe Anlage, Tab. 1

³⁰¹ Siehe Anlage, Tab. 32

³⁰² Siehe Anlage, Tab. 14

³⁰³ Siehe Anlage, Tab. 32

³⁰⁴ Siehe Anlage, Tab. 14

³⁰⁵ Siehe Anlage, Tab. 32

³⁰⁶ Siehe Anlage, Tab. 14

³⁰⁷ Siehe Anlage, Tab. 1

³⁰⁸ ebenda

Zeitungen gleichauf: Bei der LKZ waren 50,7 Prozent³⁰⁹ der jugendrelevanten Texte mit grafischen Elementen ausgestattet, bei der HSt waren es 48 Prozent³¹⁰.

Gemeinsamkeiten weisen beide Zeitungen bei den meistgenutzten Ressorts für jugendrelevante Artikel auf. Bei der LKZ und der HSt liegt das Lokale jeweils vor dem Sport. Während die 104 Lokal- und 78 Sport-Artikel der HSt weit vor dem drittplatzierten Ressort Stadt Heilbronn (38) liegen³¹¹, waren die jugendrelevanten Themen bei der LKZ mehr verteilt. So wurden neben dem Lokalen (92 Artikel) und dem Sport (80 Artikel) auch 51 Artikel für bzw. über Jugendliche im Magazin-Ressort veröffentlicht³¹². Dieses Ressort spricht für Jugendliche im Alltag relevante Themen umfangreich an: 41,2 Prozent der Artikel waren vier- oder fünfspaltig³¹³, zudem wurden bei 58,8 Prozent der Texte grafische Elemente eingesetzt³¹⁴.

Festzuhalten ist, dass bei der HSt und bei der LKZ kaum jugendrelevante Artikel auf der Titelseite vorkommen: Die LKZ veröffentlichte in den 45 Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 nur 17 Artikel³¹⁵, die HSt 22 Artikel³¹⁶. Dabei ist zu beachten, dass davon neun (LKZ)³¹⁷ bzw. 18 (HSt)³¹⁸ Artikel einspaltig waren. Aufmacher-Themen, die besonders Jugendliche ansprechen, waren mit vier Texten bei der LKZ (Tab. 2) und mit einem Text bei der HSt (Tab. 6) eine Seltenheit.

Kaum jugendrelevante Themen fanden sich in beiden Zeitungen mit sechs (LKZ)³¹⁹ bzw. zehn (HSt)³²⁰ Artikeln im Politik-Ressort. Etwas umfangreicher war die Berichterstattung im Ressort Wirtschaft mit 19 (LKZ)³²¹ bzw. 14 (HSt)³²² Artikeln.

309 Siehe Anlage, Tab. 1
310 Siehe Anlage, Tab. 15
311 ebenda
312 Siehe Anlage, Tab. 1
313 Siehe Anlage, Tab. 14
314 Siehe Anlage, Tab. 1
315 ebenda
316 ebenda
317 Siehe Anlage, Tab. 14
318 Siehe Anlage, Tab. 32
319 Siehe Anlage, Tab. 1
320 ebenda
321 ebenda
322 ebenda

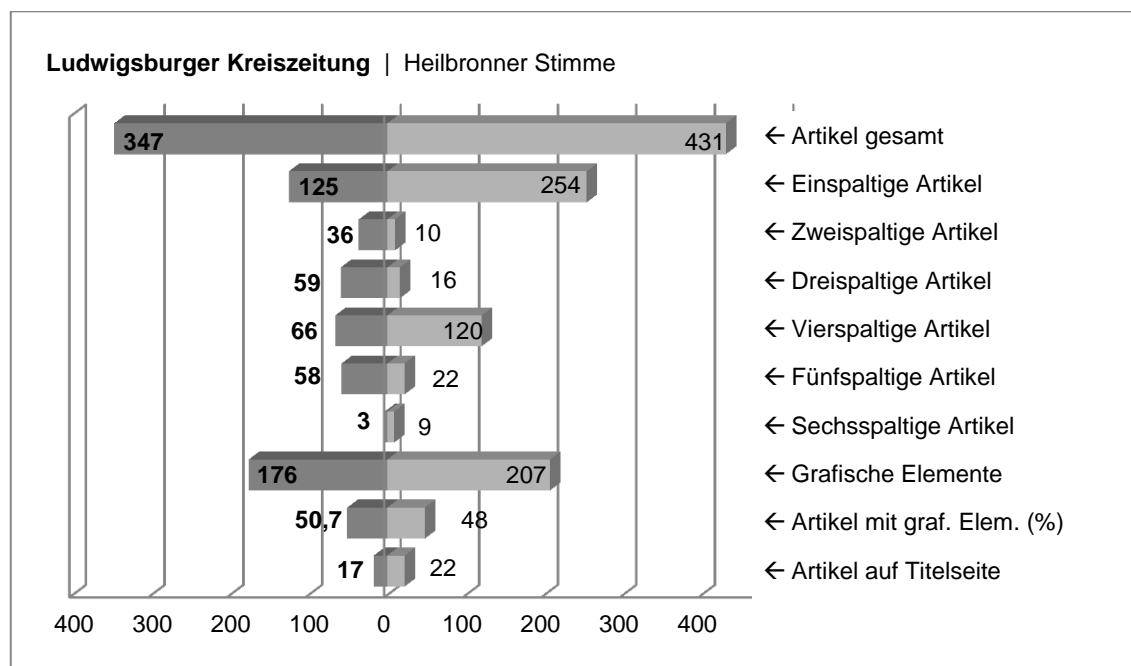


Abb. 28: Vergleich des Umfangs der jugendrelevanten Inhalte im redaktionellen Teil der Ludwigsburger Kreiszeitung und der Heilbronner Stimme. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Tab. 14 (Anlage) und Tab. 32 (Anlage) und den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

3.5.2 Jugendrubriken der Ludwigsburger Kreiszeitung und der Heilbronner Stimme

Sowohl die LKZ als auch die HSt verfügen in ihren Printausgaben über separate Rubriken, die sich speziell an Jugendliche richten. Die LKZ weist „ZISCH – Zeitung in der Schule“, „Aus Ludwigsburger Schulen und Kindertagesstätten“ und „Jung gefragt“ auf, die HSt baut auf die „stimmt!“-Jugendseite und „ZISCH – Zeitung in der Schule“. Das „Hochschulfenster“ und „Nachtlichter“ der HSt fallen teilweise in das Interessengebiet von Jugendlichen. Allerdings erscheint keine dieser sieben genannten Rubriken täglich sondern höchstens einmal pro Woche. Nur die sich an Kinder richtenden Rubriken „Nachrichten für Kinder“ (LKZ) bzw. „Kinderleicht“ (HSt) sind ein täglicher Bestandteil der beiden Zeitungen.^{323/324}

Als besonders interessant für Jugendliche kann die „stimmt!“-Jugendseite der HSt angesehen werden. Sie ist neben „Jung gefragt“³²⁵ von der LKZ die einzige speziell für

³²³ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

³²⁴ Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

³²⁵ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

Jugendliche relevante Rubrik, die wöchentlich erscheint. Mit verschiedenen für Jugendliche interessanten Themen bietet „stimmt!“ 13- bis 21-Jährigen ein umfangreiches Angebot: Neben wichtigen Tipps zur Schule oder Ausbildung gibt es in „stimmt!“ auch Wissenswertes für den Alltag, wie Buch-, Musik- und Filmtipps.³²⁶ Damit unterstreicht die HSt, dass sie die Jugend als Zielgruppe wahrnimmt und für diese mit verschiedenen Jugendseiten ein lesenswertes Angebot bietet.

Auffällig ist, dass die HSt mit ihren unterschiedlichen Angeboten versucht, jede einzelne Altersklasse gezielt anzusprechen. Während die LKZ Kinder und Jugendliche mit „ZISCH – Zeitung in der Schule“ und „Aus Ludwigsburger Schulen und Kindertagesstätten“ gemeinsam anspricht,³²⁷ hat die Heilbronner Stimme die Altersklassen in Kindergartenkinder, Grundschulkinder, Jugendliche sowie Studenten unterteilt und stellt für jede dieser Zielgruppen eine spezielle Seite zusammen.³²⁸

Damit Jugendliche generell verstärkt mit Zeitungen in Kontakt kommen, versuchen die beiden Zeitungen, über Schulen und Projekte auf sich aufmerksam zu machen. Beide Zeitungen bieten „ZISCH – Zeitung in der Schule“ an. Trotz des übereinstimmenden Namens gibt es jedoch Unterschiede in der jeweiligen Umsetzung. Die HSt bietet im Zusammenhang mit „ZISCH“ den regionalen Schulklassen-Wettbewerb „Mediencup“. Dieser bietet Schülern von der siebten bis zur zwölften Klasse einen Anreiz, die Zeitung als Medium zu verwenden. Auch könnte der Ehrgeiz der Jugendlichen durch den Wettbewerbsgedanken geweckt werden, wodurch die Teilnehmer eine emotionale Bindung zur Zeitung herstellen könnten. Durch dieses Kräfteressen zwischen verschiedenen Schulklassen wird die Zeitung bei Jugendlichen verstärkt in den Mittelpunkt gerückt und bekommt Aufmerksamkeit von einer Zielgruppe, die normalerweise kaum mit dem gedruckten Medium in Kontakt kommt. Da die Punkte des „Mediencup“ nicht an einzelne Schülerinnen und Schüler, sondern an die gesamten Schulklassen verteilt werden, gelingt es der HSt, in der Schule zum Gesprächsthema zu werden und mit überschaubarem Aufwand zahlreiche Jugendliche zu erreichen. Das belegt auch die Tatsache, dass sich mehrere Klassen in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 mehrfach an „ZISCH“-Projekten und -Gewinnspielen beteiligt haben. Besonders bei „ZISCH“ der HSt ist außerdem, dass dem Leser neben dem zum „Mediencup“ gehörenden

³²⁶ Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

³²⁷ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

³²⁸ Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

Hauptthema auch redaktionell gefertigte Artikel geboten werden, die ebenfalls für Jugendliche relevant sind, aber nichts mit dem Schülerwettbewerb zu tun haben.³²⁹

Anders ist die Umsetzung von „ZISCH“ bei der LKZ³³⁰. Im Vergleich zur HSt setzt diese nicht auf redaktionelle Inhalte sondern auf Praxiserfahrungen von Kindern und Jugendlichen. So werden alle „ZISCH“-Artikel eigens von den Schülern verfasst, die zuvor an einem „ZISCH“-Projekt teilgenommen haben und darüber berichten. Damit auch die Mitschüler der teilnehmenden Schüler und Jugendlichen einbezogen werden, stellt die LKZ der Schulklasse, aus der Kinder oder Jugendliche teilgenommen haben, ein zwölfwöchiges Abonnement zur Verfügung.³³¹ Dadurch kann auch im Unterricht mit diesem Medium gearbeitet werden, wodurch die Zeitung verstärkt in den Fokus der Jugendlichen rückt. Da in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 aber vier der fünf „ZISCH“-Seiten in der LKZ von Grundschülern angefertigt worden sind, fühlen sich Jugendliche nur selten direkt durch das jeweilige Thema angesprochen.³³²

3.5.3 Vertrieb der Ludwigsburger Kreiszeitung und der Heilbronner Stimme

Sowohl die LKZ als auch die HSt haben trotz zahlreicher verschiedener Abonnements keine Vorteilsangebote für Jugendliche bis 21 Jahre oder speziell für Schüler, Studenten und Auszubildende. Immerhin können Jugendliche z.B. auch die „Bravo“ vergünstigt beziehen, wenn sie die LKZ abonniert haben.³³³

Generell wird versucht, den Zugang zu Jugendlichen vor allem über die Jugendrubrik „ZISCH – Zeitung in der Schule“ zu finden. Im Zuge dieses Projekts verteilen sowohl die LKZ als auch HSt kostenlos Ausgaben an die teilnehmenden Schulklassen. Im direkten Vergleich ist die Dauer des ZISCH-Projekts bei beiden Zeitungen aber unterschiedlich: Von der LKZ bekommen Schulklassen dieses Abonnement zwölf Wochen lang zur Verfügung gestellt,³³⁴ von der HSt hingegen im Schuljahr 2013/14 fast zehn Monate lang³³⁵.

³²⁹ Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

³³⁰ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

³³¹ Heilbronner Stimme, Zeitung in der Schule 2013

³³² Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

³³³ Ludwigsburger Kreiszeitung, Zeitschriftenvorteil 2013

³³⁴ Ludwigsburger Kreiszeitung, Zeitung in der Schule 2013

³³⁵ Heilbronner Stimme, Zeitung in der Schule 2013

Beide Zeitungen bieten ihre Abonnements in gedruckter und online-Version an. Damit gehen beide Verlagshäuser auf das Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen (siehe 2.4 „Mediennutzung von Jugendlichen“) ein. Beide Zeitungen sind für den Computer und das iPad verfügbar.^{336/337} Die LKZ baut darüber hinaus auf den Tablet-PC³³⁸ und den iPad-mini³³⁹, die HSt auf Applikationen für das iPhone³⁴⁰.

Das Probe-Abonnement für Neukunden ist bei der LKZ kostenlos und läuft zwei Wochen lang.³⁴¹ Bei der HSt geht das Probe-Abo drei Wochen lang, kostet fünf Euro.³⁴²

3.5.4 Neue Medien bei der Ludwigsburger Kreiszeitung und der Heilbronner Stimme

Die LKZ und die HSt legen hohen Wert auf die Einbindung der Neuen Medien. Die HSt baut mit der Website³⁴³ und dem crossmedialen Jugendportal „stimmt!“³⁴⁴ auf zwei Plattformen und spricht Leser jeder Altersklasse an. Um Jugendliche an die Zeitung heranzuführen, handelt es sich um den richtigen Weg: Wie Thorsten Merkle von „jule: Initiative junge Leser“ dem Autor persönlich mitteilte, hat sich „stimmt!“ in den vergangenen Jahren bei Jugendlichen als Marke in der Heilbronner Region etabliert. Mit diesem Angebot gehöre die HSt zu den deutschlandweit führenden Tageszeitungen.³⁴⁵

In den Printausgaben veröffentlichen die LKZ³⁴⁶ und die HSt Links und E-Mail-Kontakte der einzelnen Ressorts und Redakteure. Die HSt bittet dabei auch speziell um Meinungen und Leserbriefe, die per E-Mail an die Redaktion geschickt werden sollen.³⁴⁷

Beide Zeitungen verfügen über eine informative, moderne Website, auf der aktuelle Artikel, Bilder und Videos kostenlos konsumiert werden können. Beide Redaktionen gehen durch einzelne Rubriken auf die Regionen und Städte im Verbreitungsgebiet

³³⁶ Heilbronner Stimme, Digitale Ausgabe 2013

³³⁷ Ludwigsburger Kreiszeitung, iPad-Abonnement 2013

³³⁸ Ludwigsburger Kreiszeitung, Jubiläums-Abonnement 2013

³³⁹ Ludwigsburger Kreiszeitung, iPad-Mini-Abonnement 2013

³⁴⁰ Heilbronner Stimme, Digitale Ausgabe 2013

³⁴¹ Ludwigsburger Kreiszeitung, Probe-Abonnement 2013

³⁴² Heilbronner Stimme, Schnupper-Abonnement 2013

³⁴³ Heilbronner Stimme, Webseite 2013

³⁴⁴ Heilbronner Stimme, Jugendportal Stimmt.de 2013

³⁴⁵ Merkle, Thorsten 2013

³⁴⁶ Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

³⁴⁷ Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013

ein. Im Gegensatz zur LKZ bietet die HSt den Nutzern die Möglichkeit, einen Kommentar zu den Artikeln zu hinterlassen und stellt damit eine zusätzliche Kommunikationsplattform zur Verfügung. Beide Zeitungen verfügen auf ihrer Website mit „kreis & quer“ (LKZ) und „Stimmt.TV“ (HSt) über ein umfassendes Videoportal, in dem es mehrmals täglich aktuelle Beiträge über lokale und überregionale Themen gibt.^{348/349} Die Video-Channel „LKZchannel“³⁵⁰ und „stimmenet“³⁵¹ auf YouTube spielen nur eine Nebenrolle.

Die Homepage der HSt generiert mit über drei Millionen Klicks pro Monat einen deutlich höheren Traffic als die LKZ, deren Website es auf fast eine Million Klicks bringt. Auffällig ist, dass bei der LKZ 94,18 Prozent der Visits auf redaktionelle Inhalte fallen, bei der HSt nur 34,21 Prozent. Da die HSt zusätzliche Rubriken wie Familien- und Traueranzeigen oder das Portal „Flirtstimme“ eingebaut hat, verteilen sich die Visits stärker zwischen den einzelnen Inhalten. Die Nachfrage nach kommerziellen Online-Anzeigen ist mit 7,82 Prozent (LKZ) und 6,32 Prozent (HSt) in etwa gleich groß.^{352/353}

Ein Hauptaugenmerk der beiden LKZ- und HSt-Redaktion liegt auf Social Media: Mit 13.833 Gefällt-mir-Angaben erreicht die HSt³⁵⁴ dabei deutlich mehr Nutzer als die LKZ mit 2.368 Gefällt-mir-Angaben³⁵⁵. Dabei ist nicht zu vergessen, dass die HSt im Gegensatz zur LKZ in ihrer Region eine Monopolstellung genießt. Beide Zeitungen verlinken in ihren Facebook-Beiträgen Artikel ihrer Homepage, zudem wird versucht, mit Fragestellungen oder kurzen Beiträgen mit den Nutzern ins Gespräch zu kommen. Die HSt gibt auch vereinzelte Veranstaltungshinweise. Der Kurznachrichtendienst Twitter ist mit 761 (LKZ)³⁵⁶ und 1.431 (HSt)³⁵⁷ Followern vergleichsweise irrelevant.

Als Alternative zur Printausgabe bieten die LKZ³⁵⁸ und die HSt³⁵⁹ ihren Lesern die E-Paper-Version an. Die Inhalte entsprechen dabei jeweils eins zu eins dem Inhalt der gedruckten Tageszeitung. Im Gegensatz zur LKZ können Kunden die Inhalte der HSt auch als Podcast konsumieren.

³⁴⁸ Ludwigsburger Kreiszeitung, Webseite 2013

³⁴⁹ Heilbronner Stimme, Webseite 2013

³⁵⁰ Ludwigsburger Kreiszeitung. LKZchannel 2013

³⁵¹ Heilbronner Stimme, YouTube-Channel „stimmenet“ 2012

³⁵² IVW, Nutzungsdaten der Webseite der Ludwigsburger Kreiszeitung 2013

³⁵³ IVW, Nutzungsdaten der Webseite der Heilbronner Stimme 2013

³⁵⁴ Heilbronner Stimme, Facebook-Seite 2013

³⁵⁵ Ludwigsburger Kreiszeitung. Facebook-Seite 2013

³⁵⁶ Ludwigsburger Kreiszeitung. Twitter-Seite 2013

³⁵⁷ Heilbronner Stimme, Twitter-Seite 2013

³⁵⁸ Ludwigsburger Kreiszeitung. E-Paper 2013

³⁵⁹ Heilbronner Stimme, eStimme“ 2013

4 Expertenmeinungen

4.1 Expertenmeinung von jule: Initiative junge Leser

Eine Initiative, die Zeitungsverlage in Deutschland dabei unterstützt, eine kurz-, mittel- und langfristigen Gewinnung junger Leser zu erreichen, ist die „jule: Initiative junge Leser“³⁶⁰. Die GmbH wurde im Jahr 2010 auf Initiative des BDZV gegründet. jule erhält vom Verband keine finanzielle Unterstützung, das Startkapital wurde aber zur Hälfte vom BDZV beigesteuert. Aktuell zählt die Initiative 70 Mitgliedsverlage, darunter die Heilbronner Stimme.

Jule hat ein Netzwerk erschaffen, „in dem Erfahrungen und Wissen der einzelnen Mitgliedsverlage rund um die Gewinnung junger Leser ausgetauscht werden können“³⁶¹. Die Zeitungen sollen also „gemeinsam mit jule den Generationswechsel überstehen und entsprechend gestalten können.“ Umgesetzt wird dieses Ziel mittels zweier Wege:

- Zum einen haben 450 registrierte Verlagsmitarbeiter Zugriff auf die „virtuelle Welt auf der jule-Webseite, in der es eine umfassende Datenbank und eine Kommunikationsplattform gibt“. Jeder registrierte User könne darauf seine Erfahrungen mitteilen, von denen die übrigen dann profitieren.
- Zum anderen führt „jule“ jährlich vier Workshops durch, an denen alle Mitgliedsverlage teilnehmen können. Zweimal werden dabei an je einem Tag spezielle Schwerpunkte behandelt, zweimal geht es an je zwei Tagen um die Gesamtsituation in dieser Thematik.

Leiter des jule-Wissensnetzwerks ist Thorsten Merkle. Er vertritt die Meinungen, dass die Tageszeitung in der regionalen und lokalen Berichterstattung eine Alleinstellung genießt, dass Jugendliche durchaus eine Zielgruppe der Zeitungsverlage sind und dass sich das Produkt Tageszeitung wandeln muss, wenn es Jugendliche besser erreichen soll. Unter anderem von diesen Inhalten handeln die folgenden Absätze.

Generell hält es Merkle für wichtig, „dass Bürger alle Medien nutzen, idealerweise jedes Medium danach, was es am besten kann, welche Funktion es erfüllt“. Dabei habe

³⁶⁰ BDZV, jule (o.J.)

³⁶¹ Merkle, Thomas, Leiter des Wissensnetzwerks bei „jule: Initiative junge Leser GmbH“. (Hinweis: Alle folgenden direkten und indirekten Zitate in diesem Kapitel werden dieser Quelle zugeordnet. Siehe Anlage III: Interview mit Thorsten Merkle von jule: Initiative junge Menschen, am 9. Juli 2013)

die regionale Tageszeitung ein Alleinstellungsmerkmal, weil sie „als einziges Medium verlässlich lokale und regionale Berichterstattung aus dem sozialen Nahraum der Menschen liefert und dazu beiträgt, diesen sozialen Nahraum besser verstehen zu können“. In sozialen und politischen Themen sei die lokale Tageszeitung dabei eine wichtige verlässliche Quelle und dadurch auch ein wichtiger Teil der Demokratie. Wie Merkle erklärt, sei es momentan nicht absehbar, dass sich diese Alleinstellung ändern wird: „Eine flächendeckende Bewegung, die Tageszeitungen als wichtiges Medium für regionale und lokale Informationen ablösen könnte, gibt es nicht.“

Auch für die Zukunft des Mediums Zeitung ist es wichtig, dass es von jungen Menschen konsumiert wird. Aktuell, betont Merkle, sei die gedruckte Tageszeitung „für die Leser ab 55 Jahren ein problemlos funktionierendes Produkt“. In dieser Altersklasse, die irgendwann einmal wegsterbe, erfahre sie eine hohe Akzeptanz und viel Nutzung. Merkle weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass Zeitungen Wirtschaftsunternehmen seien: „Damit ist es auch für sie wichtig, den Anschluss an die nächste Generation zu finden.“ Die Herausforderung liege deshalb darin, „die älteren Leser weiterhin zu bedienen, gleichzeitig aber auch den Anschluss an die jüngere Generation zu finden, vor allem bei jungen Familien“. Sollte das nicht gelingen und „sollte es soweit kommen, dass die Tageszeitungen verschwinden, würde das vor Ort unter anderem die Wirtschaft und den Informationsaustausch zwischen den Menschen betreffen“.

Generell stimmt die JIM-Studie 2012, in der das Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen im Alter von zwölf bis 19 Jahren untersucht wird (siehe 2.4 „Mediennutzung von Jugendlichen“), Merkle aber positiv. Sie zeige, dass es viele Zeitungsleser im jugendlichen Alter gibt: „40 Prozent lesen demnach mehrmals wöchentlich in der Zeitung, 25 Prozent davon täglich. Durch die gedruckte Zeitung werden also immer noch viele Jugendliche erreicht.“ Sicherlich sei aber ein Problem, dass es sich dabei vor allem um Jugendliche handle, die einen höheren Bildungsabschluss anstreben.

Dafür, dass die Zahlen jugendlicher Zeitungsleser seit Ende der 1970er-Jahre dennoch spürbar sinken, sieht Merkle mehrere Gründe:

- Die Tageszeitung sei ein Medium, das Vorwissen voraussetze. Der Inhalt schließe also daran an, was in den vorherigen Tagen passierte, quasi als tägliche Fortsetzungsserie. Daraus ergebe sich die Hürde, dass der Leser am Anfang nicht alles verstehen könne. Sei der Leser anfangs nicht bereit, die nötige Zeit zu investieren, um die Themen zu verstehen, werde er sich schwer mit der Tageszeitung anfreunden. Für die moderne Medienwelt – Stichwort Web 2.0 – sei dagegen charakteristisch, dass der Rezipient nicht mehr auf etwas warten müsse. „Musik, Filme, Informationen, alles ist sofort verfügbar.“ Darin sieht Merkle erst mal kein Problem, diese Entwicklung „hat aber Auswirkungen auf

die Mediennutzung der Menschen und setzt die Medien, bei denen man mehr Zeit investieren muss, unter Druck“.

- Das Layout der gedruckten Tageszeitung spreche den jugendlichen Leser oft nicht an. Jule-Untersuchungen anhand von Eye-Tracking haben ergeben, „dass vielen die Texte zu lang und kompliziert sind, Infografiken sehen Jugendliche dafür lieber“. Zeitungen, wie sie den Bedürfnissen der Jugendlichen entsprechen, finde man heutzutage aber selten.
- Die neuen technischen Möglichkeiten der vergangenen fünf bis zehn Jahre haben massive Auswirkungen auf das Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen zur Folge. Dadurch stünden alle linearen Medien unter Druck, nicht nur die Tageszeitung. „Verstärkt wird diese negative Entwicklung bei Tageszeitungen durch die Tatsache, dass nur rund 60 Prozent von Jugendlichen in einem Haushalt leben, in dem es ein Zeitungs-Abonnement gibt.“ Noch alarmierender seien die Zahlen bei Kindern, von denen rund 40 Prozent in einem solchen Haushalt aufwachsen. Es gehe also um Mediensozialisation: Wenn die Eltern die Nutzung der Zeitung nicht vorleben, sei die Wahrscheinlichkeit geringer, dass ihre Kinder zur Zeitung greifen.

Dass Jugendliche dennoch eine Zielgruppe für Verlage sind, sehe man nach Merkle alleine daran, wie viele Projekte, Produkte und Inhalte es speziell für Jugendliche und Kinder in Tageszeitungen gibt. Es gebe kaum Verlage, die kein Projekt wie „ZISCH – Zeitung in der Schule“ durchführen. „Das ist zurecht der Fall, denn eine Studie der Heilbronner Stimme hat ergeben, dass Kinder, die bereits in der Grundschule in Kontakt mit der Zeitung kommen, dem Produkt später aufgeschlossener gegenüber stehen als Jugendliche, die erst in der achten Klasse mit der Zeitung zu tun haben.“ Es gehe also vor allem um die Bindung von Kindern, das Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen sei hingegen nur noch schwer beeinflussbar. „Insgesamt sind die Projekte für Tageszeitungen vor allem eine gute Möglichkeit, junge Leser für sich zu gewinnen, bei denen es im Haushalt kein Zeitungs-Abonnement gibt.“ Voraussetzung, junge Leser für sich gewinnen, sei aber ein guter redaktioneller Inhalt in der Zeitung. Wenn das nicht der Fall sei, kann die Umsetzung eines bestimmten Projekts wie ZISCH noch so gut sein, es werde sich das langfristige Ziel, junge Leser für das Produkt Tageszeitung – print oder online – zu gewinnen, kaum realisieren lassen.

Darüber hinaus betont Merkle, dass Jugendliche keine homogene Masse seien, man könne das also nicht verallgemeinern: „Erfolgreiche Projekte einer Zeitung können nicht bruchlos woanders umgesetzt werden, sie müssen an die eigene Leserschaft und Zielgruppe adaptiert werden.“ Die Verlage wüssten aber, wie wichtig junge Leser für sie sind. Allerdings gebe es „trotz vieler Bestrebungen und Bemühungen immer noch Schwierigkeiten, den richtigen Weg zu finden, um diese auch zu erreichen“. Die Umsetzung, die richtige inhaltliche Ansprache, sei sehr schwierig für die Redaktionen, wie

Merkle sagt: „Viele Verlage sind auf dem richtigen Weg, andere tun sich schwer, weil die intern verfügbaren Ressourcen fehlen. Schon allein die Personaldecke in den Redaktionen ist in den vergangenen Jahren nicht besser geworden.“

Um Jugendliche besser zu erreichen, müsse sich nach Merkle das Produkt Tageszeitung verändern, Neue Medien müssten einbezogen werden. „Die Grundlage dafür ist eine gute Redaktion, die ein gutes Gespür dafür hat, wie sie die lokalen und regionalen Informationsbedürfnisse junger Leser, vor allem junger Familien, befriedigen.“

Ein Großteil der Verlage nutze bereits Social Media. Die statistische Auswertung der Facebook-Präsenzen von Zeitungsverlagen zeige, dass die Verlage über Facebook eine jüngere Zielgruppe erreichen als mit der gedruckten Tageszeitung. Auf Facebook solle auch etwas gepostet werden, das Spaß macht, damit die Beiträge häufig geteilt werden und die Zeitung präsenter in der Öffentlichkeit ist. „Die Marke sollte möglichst transportiert und platziert werden. Um das zu erreichen, ist Social Media ein gutes Mittel.“ Die Redaktion sollte also damit umgehen können und dies im Prinzip als neue journalistische Darstellungsform verstehen. Ein positives Beispiel im Umgang mit Neuen Medien, beschreibt Merkle, sei die Rhein-Zeitung, die einmal in der Woche die Online-Videoplattform YouTube nach interessanten oder lustigen Videos durchsucht, die im Verbreitungsgebiet hochgeladen wurden, und diese dann teilt. So könne Lokaljournalismus im Web 2.0 auch aussehen. „Twitter wird hingegen nur von vier Prozent der Jugendlichen genutzt, das ist eine gewisse aber keine relevante Menge.“

Neben Twitter sei nach Merkle das E-Paper das falsche Mittel, um Jugendliche zum Zeitungslesen zu bringen. Es sei zu unkomfortabel und nur auf dem Tablet gut nutzbar, „selbst dort bleibt es als bloßes Abbild der gedruckten Zeitung hinter den Möglichkeiten zurück, die Jugendliche von anderen elektronischen Medien gewohnt sind“.

Insgesamt müsse man sich von der Idee verabschieden, dass das Produkt Tageszeitung eins zu eins auf die Onlinewelt übertragbar sei. „Es wird einen umfassenden Transformationsprozess bzw. einen Medienwandel geben, den die Zeitungen mitgestalten können“, ist sich Merkle sicher. Das berge Risiken aber auch Chancen. Z.B. werde die immer weiter verbreitete Pay-Wall den Verlagen weiterhelfen. Vor allem wird es aber um die Diversifikation des Mediums gehen: Denkbar wäre, dass die Kunden Digitalpakete abschließen und nur einzelne Ressorts der Zeitung beziehen – Lokales und Sport z.B. – und etwa auf den Wirtschaftsteil verzichten. Die Kosten des Abonnements würden dann je nach Größe des Pakets bestimmt. Die Abonnements könnten auch nur monats- oder wochenweise laufen. Das bringe dann jedoch die Schwierigkeit mit sich, dass Verlage nicht mehr quartalsweise kalkulieren könnten.

Zudem werde es wahrscheinlich zu einem Konsolidierungsprozess kommen, d. h. finanzkräftigere Verlage werden andere Zeitungen aufkaufen - vorausgesetzt, das Kartellrecht ändere sich. Dadurch würden Titel erhalten bleiben. Zusätzlich gelte es für die Verlage, sich mit neuen Produkten und in neuen Geschäftsfeldern zu positionieren. „Das können beispielsweise Events sein, Werbeagenturen oder der Webseiten-Bau für Firmen im Verbreitungsgebiet. Vereinzelte Verlage gehen diesen zusätzlichen Weg bereits. Die Branche liegt also nicht auf dem Rücken und wartet auf den Tod.“

4.2 Expertenmeinung von Journalist und Blogger

Richard Gutjahr

In seinem Blog schreibt Journalist Richard Gutjahr regelmäßig über die Welt der Medien. Auch dem Medium Tageszeitung hat er sich dabei in mehreren Einträgen gewidmet. Dabei spricht er unter anderem das Zeitungssterben an und kommentiert Wege, wie sich Tageszeitungen ändern müssten, um sich auf dem Markt behaupten zu können. Als Grundlage weist Gutjahr darauf hin, dass die „Anzahl an Zeitungs- und Zeitschriften-Titeln in Deutschland nach wie vor beachtlich“ sei und viele Verlage heutzutage „noch hohe, zweistellige Millionen-Gewinne machen“ würden. Darüber hinaus führt Gutjahr zwei weitere Tatsachen auf: „Die Lizenz, im Nachkriegs-Deutschland eine Zeitung zu vertreiben, galt lange Zeit als eine Lizenz zum Geld drucken“ und „wie keine andere Branche sind die großen Verlage ein halbes Jahrhundert ungebremst gewachsen, unbeschadet von Öl- oder sonstigen Krisen.“³⁶²

Gutjahr hat sich im Eintrag „Zeitung ja, nur anders“³⁶³ mit seinen Lesern ein Bild davon gemacht, warum Rezipienten, darunter auch Jugendliche, heutzutage noch Zeitung lesen: Ein Punkt ist, dass es Informationen aus der Region gebe, die es nirgendwo sonst gibt. Auch halte die Zeitung Themen bereit, die man nicht aktiv suche. Positiv sei, dass es sich um ein „endliches“, abgeschlossenes Produkt handele, das nicht wie das Web ausfranst und dass die Geschichten über die Tagesaktualität hinausgehen.

Hingegen fasst Gutjahr auch zusammen, warum ehemalige Leser keine Zeitung mehr lesen: „Allerweltsnachrichten werden über den ganzen Tag verteilt via Twitter, Facebook, Tagesschau und Spiegel Online abgerufen“ und die Tageszeitung werde als „alt“ und voller Nachrichten von gestern empfunden. Dabei überzeuge auch die Qualität

³⁶² Gutjahr, Richard, Zeitungssterben 2012

³⁶³ Gutjahr, Richard, Zeitung ja, nur anders 2013

wegen des „banalen Agentur-Copy-&-Paste-Journalismus“ genauso wenig wie die „zunehmende Vermischung von Meldung und Meinung“. Negativ bei Zeitungen sei auch die „Besserwisser-Attitüde vieler Schreiber bei nicht vorhandenem Fachwissen“ und die „überholte“ (Zwangs-)Bündelung von Ressorts, die nicht interessieren. Zu guter Letzt seien Smartphone, Tablets und Reader handlicher.

Zwar glaubt Gutjahr daran, dass es „in Zukunft natürlich noch gedruckte Zeitungen geben“ werde. Doch sieht er zahlreiche Probleme, die mit dem Produkt an sich und den Verkaufsstrategien der Verlage zusammenhängen. Z.B. sei Fakt, dass Printmedien „für die inhaltliche als auch gestalterische Weiterentwicklung des Journalismus“ schon lange keine Rolle mehr spielen. Ein Problem sei also, dass sich die Blattmacher, noch immer an das „Allheilmittel Papier“ klammern würden. Dazu fragt sich Gutjahr, warum Zeitungsangebote für iPads stets 1:1 als Gesamtheft angeboten werden und dies oft eng mit dem Verkauf eines Zwangs-Wochen oder Monatsabonnements verbunden sei. Er kritisiert deshalb, dass „viele Zeitungsmacher es nicht schaffen, „out of the box zu denken“, also über den Tellerrand hinaus³⁶⁴.

Auch die Einführung von immer weiter verbreiteten Bezahlschranken betrachtet Gutjahr als kritisch. Zwar funktioniere dieses Modell ansatzweise für die New York Times. „Anders als bei der Times ist die Reichweite deutscher Tageszeitungen allein schon durch die Sprache stark begrenzt.“ Die vielverbreitete These, dass Menschen im Internet nichts bezahlen wollen, widerlegt er mit der Entwicklung des Online-Portals iTunes, über das zahlreiche Medien erworben werden können.

Richard Gutjahr beschreibt in seinem Blog³⁶⁵, wie Kunden Schritt für Schritt von gutem Journalismus begeistert werden könnten. Dies könnten auch Wege sein, damit die Zeitung für Jugendliche interessanter wird.

- Zum einen solle begonnen werden, „den Kunden wieder als Kunden zu behandeln“. Zu dieser Thematik stellt er die Fragen, ob es die Verleger wirklich interessiere, was der Leser online will oder wofür er bereit wäre, Geld auszugeben und „geht es ihnen wirklich um den Qualitätsjournalismus, oder nicht vielmehr um die Bewahrung alter Geschäftsmodelle?“ Auch fragt sich Gutjahr, wieso die digitale Ausgabe einer Zeitung im Netz oft genauso viel wie gedruckt und gebunden am Kiosk koste und wieso man die gesamte Ausgabe kaufen müsse, wenn doch höchstens zwei bis drei Artikel interessieren. „Bei einer ge-

³⁶⁴ Gutjahr, Richard, Zeitungssterben 2012

³⁶⁵ ebenda

druckten Zeitung lässt sich das logisch/logistisch schnell erklären.“ Wie aber rechtfertigt man diese Zwangsbündelung im Digitalzeitalter?

- Zum anderen sollte ein Einzel-Artikel zum fairen Preis angeboten und möglichst das Micro-Payment eingeführt werden. Dabei könnte durch einen Mausklick gezahlt werden, es käme zu spontanen Impulskäufen. Die Zahlungsmoral beim Rezipienten sieht Gutjahr gegeben, immerhin hätten die Deutschen auch kurze „SMS-Botschaften für 50 Pfennig verschickt – pro Stück wohlgerne – und gezahlt!“ Auch heutzutage würden Menschen viel Geld für Apps ausgeben, „die sie sofort haben wollen, ein paar Wochen lang nutzen, und dann durch neue ersetzen.“ Den Kritikpunkt, dass dann nur noch Inhalte angeboten werden, die sich gut verkaufen lassen und schwere journalistische Kost durch das Raster fiele, weist Gutjahr damit zurück, dass dies auch bei der gedruckten Zeitung der Fall gewesen wäre. „Natürlich muss ein Medienhaus seine Einnahmen umverteilen, so dass man mit der richtigen Mischung aus Nachricht und Boulevard auch gesellschaftlich relevanten Journalismus gegenfinanzieren kann.“
- Darüber hinaus könne man einen Vorteil daraus ziehen, dass mit deutschen Texten in einem globalen Markt kein weltweites Publikum angesprochen werden kann. Dadurch besäßen Verlage einen einzigartigen Schutzraum, der nicht so leicht von ausländischen Billiganbietern übernommen werden könne.
- Außerdem sollten sich die Verlage in der Übergangsphase zum Bezahlungssystem zusammentun, um ein gemeinsames Abrechnungssystem zu entwickeln, „das es den Kunden ermöglicht, schnell und unkompliziert zwischen einzelnen Angeboten hin- und herspringen zu können – und vor allem – über eine einzige, einheitliche Rechnung (nur ein Passwort!) bezahlen zu dürfen.“
- Haben sich die Leser ans Bezahlen gewöhnt und ein Gefühl dafür entwickelt, was sie monatlich für Medien im Netz ausgeben, dann „macht es Sinn, über verlagsübergreifende ‚All-you-can-read‘-Pauschalangebote nachzudenken.“

Damit die Verlage nicht weitere Leser verlieren, müsse die Berichterstattung „mehr in die Tiefe“ und in Analysen gehen, eigene Themen sollten „gegen den Main-Stream“ gesetzt werden. Auch solle „mehr Lokales“ berichtet werden, aber auf kritischere Weise und nicht als Hofberichterstattung. Generell hält es Gutjahr für sinnvoll, dass „sich der Leser ‚seine‘ Zeitung im Netz selbst zusammenstellen“ kann, bestenfalls verlagsübergreifend. Sein Vorschlag ist eine digitale Ausgabe von Montag bis Freitag und eine gedruckte Ausgabe für das Wochenende zum Schmökern³⁶⁶.

³⁶⁶ Gutjahr, Richard, Zeitung ja, nur anders 2013

5 Fazit und Ausblick

Die aufgezeigten Fakten in dieser Arbeit zeigen, dass die Gesamtentwicklung der Tageszeitung in Deutschland seit mehreren Jahrzehnten negativ ist, egal ob es sich dabei um die sinkende Auflage, Reichweite oder die Zahl der jungen Leser handelt. Diese Entwicklung macht das Medium Tageszeitung auch für die Werbewirtschaft immer unattraktiver. Als Folge erlebte der Anzeigenmarkt in den vergangenen Jahren einen gravierenden Einbruch. Da somit sowohl die Einnahmen durch die Werbung als auch durch den Vertrieb sinken, geraten die Zeitungsverlage zunehmend unter Druck.

Um speziell die Generation der heutigen Jugendlichen zu erreichen und um für diese Altersgruppe ein attraktives Produkt zu bieten, gehen regionale Tageszeitungen mehrere Wege. Das hat der Autor dieser Arbeit am Beispiel der Ludwigsburger Kreiszeitung und der Heilbronner Stimme aufgezeigt. Zusammengefasst lässt sich dabei feststellen, dass es bislang nicht den einen erfolversprechenden Weg gibt und es diesen in absehbarer Zeit wohl auch nicht geben wird. Vielmehr hängt der Erfolg der Tageszeitung bei jungen Lesern von mehreren Punkten ab, die im Folgenden aufgezeigt und bewertet werden:

Eine große Rolle bei den regionalen Tageszeitungen spielen, vor allem bei der Heilbronner Stimme, die Jugendrubriken. Wichtige Bestandteile in den Printausgaben der LKZ und HSt sind die täglich erscheinenden Kindernachrichten, die sich jedoch vor allem an Grundschüler richten. Für Kinder und Jugendliche existiert die Rubrik „ZISCH – Zeitung in der Schule“. Sowohl bei der HSt als auch bei der LKZ ist dieses Projekt mit kostenlosen Abonnements für die teilnehmenden Schulklassen verbunden. Wie auch durch die praktischen Erfahrungen, z.B. von Schülern geschriebene Artikel, rückt das Medium Tageszeitung im Unterricht unweigerlich über mehrere Wochen und Monate in den Fokus von Jugendlichen und die Verlage schaffen es dadurch, auch Schüler zu erreichen, deren Familie kein Zeitungs-Abonnement abgeschlossen hat. Die LKZ lässt Jugendliche zusätzlich einmal in der Woche in der Umfragen-Rubrik „Jung gefragt“ zu Wort kommen und bietet ihnen damit eine Plattform.

Einen zusätzlichen Ansporn für Jugendliche, sich mit der Zeitung auseinanderzusetzen, bietet die HSt mit dem „Mediencup“, bei dem Schulklassen ein Schuljahr lang versuchen, über verschiedene „ZISCH“-Projekte Punkte zu sammeln. Dadurch werden bei den teilnehmenden Jugendlichen ein Wettbewerbsgedanke und auch eine emotionale Bindung zur Tageszeitung geschaffen. Bemerkenswert ist die HSt-Rubrik „stimmt!“, mit der der Verlag ein umfangreiches crossmediales Jugendportal aufgebaut hat, in dem neben unterhaltsamen Artikeln auch Themen über die Schule und Ausbildung zur Sprache kommen und das in der Region Heilbronn einen hohen Bekanntheitsgrad genießt. In der gedruckten Ausgabe findet „stimmt!“ einmal wöchentlich ganzseitig Platz,

darüber hinaus finden die Jugendlichen Artikel und weitere Informationen auf einer Website, über Facebook und eine Applikation. Die HSt investiert also viel, um Jugendliche mit ihren redaktionellen Inhalten zu erreichen.

Ein weiterer von den Verlagen gegangener Weg, um die Zeitung für Jugendliche attraktiver zu machen, ist der Einsatz von Neuen Medien durch Redaktionen. Mit relativ wenig Aufwand können durch Social Media viele potenzielle Leser, vor allem auch Jugendliche, erreicht werden. Die LKZ und HSt schreiben mehrmals täglich Facebook-Beiträge, wodurch das Interesse des Lesers an lokalen Nachrichten geweckt werden kann und Jugendliche somit neugierig auf das Produkt Zeitung werden. Auch die Websites der beiden regionalen Tageszeitungen bieten auf übersichtliche Art und Weise umfangreiche Videoportale sowie aktuelle lokale und überregionale Textinhalte. Angebote für E-Paper bestehen zwar, dabei handelt es jedoch um ein kaum wirksames Medium um speziell Jugendliche anzusprechen, da das dieser Generation vertraute Internet deutlich mehr Möglichkeiten bietet als eine 1:1-Kopie der gedruckten Tageszeitung.

Als kritisch darf allerdings der alltägliche redaktionelle Inhalt der gedruckten Tageszeitungen, fernab der genannten Jugendrubriken, angesehen werden. Dieser Inhalt, so meint es auch Thorsten Merkle von „jule: Initiative junge Leser“ (siehe 4.1 „Expertenmeinung ‚jule: Initiative junge Leser‘“), ist die Grundlage dafür, dass die Zeitung überhaupt lesenswert ist und es sich lohnt, diese durch Angebote wie Social Media oder Jugendrubriken wie „ZISCH“ zusätzlich schmackhaft zu machen. Mit im Schnitt etwa zehn (HSt) bzw. acht (LKZ) Artikeln pro Tag, die von Jugendlichen handeln oder diese besonders ansprechen, weisen beide regionale Tageszeitungen keinen Wert auf, der Jugendliche unbedingt dazu animiert, die Zeitung aufzuschlagen. Immerhin hat die LKZ mit dem Ressort Magazin einen Weg gefunden, ansprechende und nützliche Themen aus dem Alltag – vor allem auch für Jugendliche – auf ausführliche und unterhaltsame Art und Weise zu behandeln. Ansonsten sind jugendrelevante Themen vor allem im Lokal- und Sportressort der Zeitungen zu finden.

Eine Hürde ist jedoch gegeben, da generell jugendrelevante Artikel auf der Titelseite so gut wie keine Beachtung finden – schon gar nicht als Aufmacher. Der Ansporn, die vor sich liegende Tageszeitung überhaupt aufzuschlagen und sich z.B. bis zum Magazin-Ressort durchzublättern, ist für Jugendliche dadurch kaum gegeben.

Auch gibt es für Jugendliche kaum Ansporn neben all den vorhandenen Medien zur Zeitung zu greifen. So gibt es bei der HSt und LKZ z.B. keine Vorteilsangebote bei Abonnements für Jugendliche bis 21 Jahre, Schüler, Studenten und Auszubildende. Immerhin kostenlose (LKZ) bzw. günstige (HSt) Probe-Abos sind erhältlich.

Alles in allem ist der Autor durch die Analyse von zwei regionalen Tageszeitungen LKZ und HSt sowie das Zusammentragen der Meinungen zum Thema „Jugend und Zeitung“ von Thorsten Merkle und Richard Gutjahr, zu dem Ergebnis gekommen, dass Zeitungsverlagen bewusst ist, wie wichtig jugendliche Leser für sie sind. Daher sind die Zeitungshäuser aktiv und gehen verschiedene Wege, um ihr Produkt für Jugendliche attraktiv zu machen. Die HSt mit Innovationen wie dem „Mediencup“ auf dem richtigen Weg, insgesamt mangelt es ihr aber zum einen in der Printausgabe an redaktionellen Inhalten, die für Jugendliche besonders lesenswert sind, und zum anderen an den zu gebenden Reizen, damit Jugendliche die Zeitung überhaupt aufschlagen. Die LKZ hält sich mit speziellen Jugendrubriken vergleichsweise zurück, dafür werden jugendrelevante Themen in den herkömmlichen Ressorts der Printausgabe ausführlicher behandelt. Aber auch hier müssten Jugendliche erst dazu gebracht werden, diese in der Zeitung überhaupt zu suchen.

Als Lösungsansatz ist denkbar, dass die Leser einer Zeitung – vor allem Jugendliche – zusätzliche Vorteile genießen, wenn sie Zeitung lesen. Bisher stellt die Altersklasse der Unter-21-Jährigen keine Zielgruppe für den Zeitungsvertrieb dar. Um mögliche Vorteile zu erhalten, sollte der Jugendliche oder dessen Eltern Abonnent der Zeitung sein. Diese Vorteile könnten z.B. vergünstigte Eintrittspreise für Diskotheken, Freizeitparks oder Schwimmbäder sowie Rabatte für die Produkte und Dienstleistungen regionaler Firmen sein. Diese Vergünstigung würde sich bei den Bürgern, vor allem bei Jugendlichen, sicherlich herumsprechen, so dass die Marke der Zeitung noch mehr in den Fokus rückt und eventuell das ein oder andere neue Abonnement abgeschlossen werden kann. Und wenn die mit der Zeitung kooperierenden Einrichtungen oder Firmen dadurch höhere Einnahmen erzielen, könnten sie zusätzlich eine Werbeanzeige schalten, um diesen Effekt weiter zu verstärken. Dadurch hätte der Zeitungsverlag höhere Werbeeinnahmen.

Als weiterer Anreiz ist denkbar, dass die Abonnenten einer Zeitung online exklusive Inhalte sehen und lesen können, z.B. durch einen passwortgeschützten Bereich auf der Website der regionalen Tageszeitung. Bei diesen exklusiven Inhalten sollte es vor allem um Lokales gehen, das über den Inhalt der gedruckten Zeitung hinausgeht wie z.B. Bildergalerien von lokalen Veranstaltungen oder zusätzliche lokale Nachrichten. Dadurch nutzt die Zeitung zwei Vorteile:

- Erstens genießen regionale Tageszeitungen bei Lokalnachrichten einen Wissensvorsprung und ein Alleinstellungsmerkmal. Diesen Vorteil könnte der Verlag ausspielen, da kein anderes Medium regionale und lokale Inhalte in diesem Umfang liefert. Überregionale Artikel werden hingegen auch von den konkurrierenden Zeitungen kostenfrei auf der Website veröffentlicht.

- Zweitens würde der Nutzer wieder dazu animiert werden, ein Zeitungs-Abonnement abzuschließen. Schließlich empfinden heutzutage viele Bürger nicht den Drang, unbedingt ein Zeitungs-Abonnement abschließen zu müssen. Das liegt daran, dass die Inhalte der Printausgabe zum großen Teil kostenfrei auf den Zeitungs-Websites aufrufbar sind.

Für die Umsetzung dieses Angebots für Abonnenten ist z.B. denkbar, dass die Website der Tageszeitung bestehen bleibt. Darauf werden weiterhin überregionale Nachrichten veröffentlicht. Zusätzlich kann für die Inhalte des passwortgeschützten Bereichs eine Vorschau erstellt werden, z.B. als Teaser. Dadurch wird der Nutzer neugierig und wäre zusätzlich animiert, ein Abonnement dieser Zeitung abzuschließen.

Generell ist in den kommenden Jahren trotz der andauernden Negativ-Entwicklung zwar mit keiner akuten Bedrohung des Zeitungsmarktes zu rechnen, da die heutige ältere Generation dem Medium Zeitung weiterhin treu bleibt (siehe 2.1 „Auflagen- und Reichweitenentwicklung“). In spätestens 30 bis 40 Jahren aber wird diese treue Leserschaft zwangsläufig wegfallen und die Altersgruppe der heutigen Jugendlichen, die aktuell nur wenig Bindung zur Tageszeitung hat, wird dann die zu erreichende Zielgruppe sein. Den Verlagen bleibt also noch Zeit, weiterhin nach Wegen zu suchen, um Jugendliche möglichst für ihre Produkte zu begeistern. In ihrer aktuellen Form ist die gedruckte regionale Tageszeitung vielen Jugendlichen jedoch zu statisch, nicht aktuell – und damit auch nicht attraktiv genug. Zumindest ein Anfang, dagegen anzugehen, ist von den Verlagen mit den verschiedenen Jugendrubriken und mit der Einbindung der Neuen Medien aber getan.

Literaturverzeichnis

AGENCE FRANCE PRESSE (2013). Volkszählung in Deutschland. Weniger Einwohner als angenommen und mehr Wohnungen als bekannt. In: Tagesspiegel.de. URL: www.tagesspiegel.de/politik/volkszaehlung-in-deutschland-weniger-einwohner-als-angenommen-und-mehr-wohnungen-als-bekannt/8280812.html [Abruf: 31.05.2013]

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIEN-ANALYSE / BDZV / ZEITUNGS MARKETING GESELLSCHAFT (2013): Reichweiten der Tageszeitungen in Deutschland 2012. In: Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten. Auszug aus dem Jahrbuch „Zeitungen 2012/13“. Berlin.

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIEN-ANALYSE (2013), Reichweitenentwicklung der Tageszeitungen 2001 bis 2012 in Prozent nach Altersgruppen. In: Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten. Auszug aus dem Jahrbuch „Zeitungen 2012/13“. Berlin.

ARBEITSGEMEINSCHAFT ONLINE FORSCHUNG / ZEITUNGS MARKETING GESELLSCHAFT (2012): Unique User und Reichweite der Online-Angebote der Zeitungen in Deutschland im Jahr 2012. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/234564/umfrage/reichweite-der-online-angebote-der-zeitungen-nach-segmenten [Abruf: 19.05.2013]

ARD/ZDF-ONLINESTUDIE (2012): Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland von 1997 bis 2012. Onlinestudie an rund 800 Bundesbürgern ab 14 Jahren. In: Media Perspektiven 7-8/2012, Seite 363. Frankfurt/Main.

ARD/ZDF-ONLINESTUDIE (2012): Genutzte Onlineinhalte von 2004 bis 2012. Onlinestudie an rund 800 Bundesbürgern ab 14 Jahren. In: Media Perspektiven 7-8/2012, Seite 370. Frankfurt/Main.

ARD/ZDF-ONLINESTUDIE (2012): Mobile Internetnutzung. Onlinestudie bei 1.366 Bundesbürger ab 14 Jahren. In: Media Perspektiven 7-8/2012, Seite 368. Frankfurt/Main.

BDZV (o.J.): jule: Initiative junger Leser. URL: www.bdzv.de/fileadmin/bdzv_hauptseite/markttrends_daten/junge_leser/jule/assets/jule_frageundantworten.pdf [Abruf: 08.07.2013]

BDZV / ZEITUNGS MARKETING GESELLSCHAFT (2013): Entwicklung verschiedener Rubriken am Anzeigenmarkt. Anteile bei regionalen Abonnementzeitungen 2011. In: Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten. Auszug aus dem Jahrbuch „Zeitungen 2012/13“. Berlin.

BDZV (2011): Erlösstruktur der Abonnementzeitungen in Westdeutschland 2011 in Prozent. URL: www.bdzv.de/markttrends-und-daten/wirtschaftliche-lage/schaubilder/artikel/-8937743f67/9418 [Abruf: 12.05.2013]

BURMEISTER, Klaus / DAHEIM, Cornelia (2004): Demographische Entwicklung - Konsequenzen für Medien und Werbung. In: Media Perspektiven 04/2004, Seiten 76-183. Frankfurt/Main.

DIE ZEITUNGEN (o.J.): Media-Lexikon. www.die-zeitungen.de/planen-buchen/media-lexikon.html#c602 [Abruf: 22.05.2013]

GABLER (o.J.): Wirtschaftslexikon. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/81812/unique-user-v8.html> [Abruf: 02.06.2013]

GUTJAHR; RICHARD (2013). Zeitung ja, nur anders.
URL: www.gutjahr.biz/2013/04/zeitung-nur-anders [Abruf: 10.06.2013]

GUTJAHR, RICHARD (2012): Zeitungssterben. Meine (sprichwörtlichen) 5 Cent.
URL: www.gutjahr.biz/2012/11/zeitungssterben [Abruf: 10.06.2013]

HOFFMEISTER, Christian (2011): Anteil der Internetangebote von Zeitungen in Deutschland, die im September 2011 soziale Netzwerke nutzten.
URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/205409/umfrage/nutzung-sozialer-netzwerke-durch-zeitungen [Abruf: 21.05.2013]

IVW (2013): Auflagenentwicklung der Tageszeitungen nach Zeitungstypen und Vertriebswegen seit 1995. In: Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten. Auszug aus dem Jahrbuch „Zeitungen 2012/13“. Berlin.

IVW (2013): Auflagezahlen der Heilbronner Stimme 01/2013, 01/2012 und 01/2011.
URL: www.daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true
[Abruf: 13.05.2013]

IVW (2013): Auflagezahlen der Ludwigsburger Kreiszeitung 01/2013, 01/2012 und 01/2011. URL: www.daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true
[Abruf: 12.05.2013]

- IVW (2013): Nutzungsdaten der Webseite der Heilbronner Stimme im April 2013.
URL: www.ausweisung.ivw-online.de/i.php?s=2&a=137802 [Aufruf: 22.05.2013]
- IVW (2013): Nutzungsdaten der Webseite der Ludwigsburger Kreiszeitung im April 2013. URL: www.ausweisung.ivw-online.de/i.php?s=2&a=135077
[Abruf: 24.05.2013]
- IVW (2013): Verkaufte Auflage der Bild-Zeitung Deutschland 1/2013 in Millionen.
URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/221651/umfrage/entwicklung-der-auflage-der-bild-zeitung [Abruf: 22.05.2013]
- IVW (2012): E-Paper-Auflagen der überregionalen Tageszeitungen in Deutschland im 1. Quartal 2013. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/171829/umfrage/e-paper-auflagen-deutscher-tageszeitungen [Abruf: 21.05.2013]
- IVW (2012): Verkaufte E-Paper-Auflage in Deutschland von 2005 bis 2012, jeweils 2. Quartal. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/249963/umfrage/e-paper-auflagen-in-deutschland-zeitreihe [Abruf: 20.05.2013]
- INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH (2012): Nutzung von Zeitung und Internet als Informationsmedien 2012 nach Altersklassen. Anteil der Befragten, die sich gestern über die Zeitung, das Internet über das aktuelle Geschehen informiert haben. Studie bei 8.623 Bundesbürgern im Alter von 14 bis 69 Jahren von April bis August 2012. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/245141/umfrage/zeitung-und-internet-als-informationsmedien-nach-altersgruppen [Abruf: 25.05.2013]
- INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH (2012): Umfrage zur Präferenz für gedruckte Ausgaben bei Printmedien. Zustimmung zur Aussage „Ich lese Zeitungen lieber gedruckt als auf dem Bildschirm“. Studie bei 1.600 Bundesbürgern ab 16 Jahren, sortiert nach Altersklassen. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/239930/umfrage/praeferenz-fuer-gedruckte-ausgaben-bei-printmedien [Abruf: 25.05.2013]
- INSTITUT FÜR ZUKUNFTSFRAGEN (2012): Umfrage zum Verzicht auf das Internet oder die Zeitung: Wenn sie ein Jahr lang privat auf etwas verzichten müssten, was würde das sein: die Zeitung oder das Internet? Befragung von mehr als 2.000 Bürgern ab 14 Jahren im Jahr 2012. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/240223/umfrage/verzicht-auf-das-internet-oder-die-zeitung-nach-altersgruppen (Abruf: 24.05.2013)

- JULE: INITIATIVE JUNGE LESER (2010): Zukunft aktiv gestalten. In: BDZV.
URL: www.bdzv.de/junge-leser/jule [Abruf: 10.06.2013]
- LAMPRET, Nina (2007): Die Zukunft der Zeitung – Grundlagen, Strategieansätze, Perspektiven. Saarbrücken.
- MEDIASCOPE EUROPE (2012): Online-Mediennutzung in Europa im Jahr 2012 nach Altersgruppen. Anteil der über 50.000 befragten Internetnutzer in 28 Ländern, die TV, Zeitungen und Radio die online nutzen. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/226925/umfrage/online-mediennutzung-in-europa-nach-altersgruppen [Abruf: 18.05.2013]
- MEDIENPÄDAGOGISCHER FORSCHUNGSVERBAND SÜDWEST (2012): JIM-Studie 2012 – Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Umfrage bei 1.208 Jugendlichen. Stuttgart.
- MEDIENPÄDAGOGISCHER FORSCHUNGSVERBAND SÜDWEST (2008): JIM-Studie 2008 – Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Umfrage bei 1.208 Jugendlichen. Stuttgart.
- NIELSEN MEDIA RESEARCH (2012): Werbeeinnahmen in den einzelnen Werbemedien in Europa im 1. Halbjahr 2012 gegenüber dem Vorjahr. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/235727/umfrage/werbeeinnahmen-der-werbemedien-in-europa-gegenueber-dem-vorjahr [Abruf: 16.05.2013]
- OVERSOHL, Martin (2013): Frankfurter Rundschau bleibt eigenständig. In: SZ-Online. URL: www.sz-online.de/nachrichten/kultur/faz-frankfurter-rundschau-bleibt-eigenstaendig-2519712.html [Abruf: 28.04.2013]
- PHILIPP, Maik (2011): Lesesozialisation in Kindheit und Jugend. Lesemotivation, Leseverhalten und Lesekompetenz in Familie, Schule und Peer-Beziehungen. Stuttgart.
- SCHÜTZ, Thomas (2013): Entwicklung der Tages-, Sonntags- und Wochenzeitungen von 1954 bis 2012 (1954 bis 1989: altes Bundesgebiet). Herausgegeben von der IVW. In: Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten. Auszug aus dem Jahrbuch „Zeitungen 2012/13“. Berlin.

- SCHÜTZ, Thomas (2012): Anzahl der Tageszeitungen in Deutschland von 1965 bis 2012, ab 1991 inkl. neuer Bundesländer. Herausgegeben von der IVW. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/36376/umfrage/anzahl-von-tageszeitungen-in-deutschland-seit-1965 [Abruf: 10.05.13]
- SCHÜTZ, Thomas (2012): Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland von 1991 bis 2012. Herausgegeben von der IVW. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland [Abruf: 10.05.2013]
- SJURTS, Insa (2005): Strategien in der Medienbranche. Grundlagen und Fallbeispiele. 3. Auflage. Wiesbaden.
- STADTGESCHICHTE HEILBRONN (2010): Eine kurze Geschichte der Heilbronner Stimme. URL: www.stadtgeschichte-heilbronn.de/index.php?id=441 [Abruf: 12.05.2013]
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2012). Anzahl der Geburten in Deutschland von 1991 bis 2012. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/235/umfrage/anzahl-der-geburten-seit-1993 [Abruf: 17.05.2013]
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2012): Anzahl der Kinder bis 14 Jahre in Deutschland von 1950 bis 2010. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/1253/umfrage/anzahl-der-kinder-bis-14-jahre-in-deutschland-seit-dem-jahr-1950 [Abruf: 17.05.2013]
- STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG (2011): Einwohnerzahlen Heilbronn. URL: www.statistik.baden-wuerttemberg.de/SRDB/Tabelle.asp?H=1&U=99&T=99025010&E=GE&K=121&R=GE121000 [Abruf: 17.06.2013]
- STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG (2011): Einwohnerzahlen Ludwigsburg. URL: www.statistik.baden-wuerttemberg.de/SRDB/Tabelle.asp?H=1&U=99&T=99025010&E=GE&K=118&R=GE118048 [Abruf: 17.06.2013]
- VERBAND SÜDWESTDEUTSCHER ZEITUNGSVERLEGER (2011): Neckar- und Enzbote feiert 175-jähriges Bestehen. URL: www.vszv.de/neckar-und-enzbote-feiert-175-j%C3%A4hriges-bestehen [Abruf: 20.06.2013]
- VIERPARTNER, Agentur für Kommunikation und Marketing (2011): Social-Media-Reichweite deutsche Printmedien nach Anzahl der erreichten User in der zweiten Januarhälfte 2011. Einbindung von Facebook, Twitter und YouTube.

URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/172491/umfrage/social-media-reichweite-deutscher-printmedien [Abruf: 23.05.2013]

WORLD ASSOCIATION OF NEWSPAPERS AND NEWS PUBLISHERS (2013): Reichweiten der Tageszeitungen im europäischen Vergleich, 2010. In: Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten. Auszug aus dem Jahrbuch „Zeitungen 2012/13“. Berlin.

ZEITUNGS MARKETING GESELLSCHAFT (2009): Entwicklung der Zeitungsanzeigenumfänge von Rubrikenmärkten (Januar bis September) 2009 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. URL: www.statista.com/statistik/daten/studie/160884/umfrage/entwicklung-der-zeitungsanzeigenumfaenge-nach-rubrikenmaerkten [Abruf: 16.05.2013]

ZENTRALVERBAND DER DEUTSCHEN WERBEWIRTSCHAFT (2013): Werbeaufwendungen in der Bundesrepublik Deutschland von 1985 bis 2011: Marktanteile der Medien in Milliarden Euro. In: Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten. Auszug aus dem Jahrbuch „Zeitungen 2012/13“. Berlin.

ZENTRALVERBAND DER DEUTSCHEN WERBEWIRTSCHAFT / BDZV (2013): Netto-Werbeeinnahmen erfassbarer Werbeträger 2011 in Milliarden Euro. In: Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten. Auszug aus dem Jahrbuch „Zeitungen 2012/13“. Berlin.

Ludwigsburger Kreiszeitung und Heilbronner Stimme:

HEILBRONNER STIMME (2013): Abonnement. URL: www.stimme.de/meta/abonnement/abo/Starten-Sie-mit-uns-in-den-Tag;art17666,2289655 [Abruf: 24.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Abonnement. Stimme-Bonus. URL: www.stimme.de/meta/abonnement/bonus/Stimme-Bonus;art126509,2564457 [Abruf: 20.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013). Ausgaben 104/2013 bis 148/2013. Erscheinungsdatum 6. Mai 2013 bis 29. Juni 2013. Heilbronn.

HEILBRONNER STIMME (2013): Blindenzeitung. URL: www.stimme.de/meta/abonnement/blindenzeitung/Zeitunglesen-trotz-Sehbehinderung;art17678,2359182 [Abruf: 20.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Digitale Ausgabe. eStimme, iStimme und Stimme Apps. URL: www.stimme.de/meta/abonnement/digital/Digitale-Ausgaben;art74560,2093399 [Abruf: 20.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): eStimme.
URL: www.e.stimme.de/popup.php?s=wasist [Abruf: 20.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Facebook-Seite.
URL: www.facebook.com/heilbronnerstimme [Abruf: 31.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Facebook-Seite jobstimme.de.
URL: www.facebook.com/jobstimme?fref=ts [Abruf: 31.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Facebook-Seite stimme.net.
URL: www.facebook.com/STIMME.NET?fref=ts [Abruf: 31.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Facebook-Seite „stimmt!“.
URL: www.facebook.com/stimmtonline?fref=ts [Abruf: 31.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): iPad-Abonnement. URL: www.stimme.de/meta/abonnement/ipad/Das-iPad-zum-Abo;art86058,2284718 [Abruf: 20.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Jugendportal Stimmt.de. URL: www.stimmt.de [Abruf: 24.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Leser werben Leser. URL: www.stimme.aboladen.de [Abruf: 20.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Lesevergnügen zum Kennenlernen.
URL: www.stimme.de/meta/abonnement/aktionen/Lesevergnuegen-zum-Kennenlernen;art17660,1284279 [Abruf: 22.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Schnupper-Abonnement. URL: www.stimme.de/meta/abonnement/schnupperabo/Jetzt-zum-einmaligen-Kennenlernen-Preis;art126522,2566229 [Abruf: 22.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Stimme.tv. URL: www.stimme.tv (Abruf: 31.05.2013)

HEILBRONNER STIMME (2013): StudiVZ-Seite „stimmt!“.
URL: www.studivz.net/heilbronn [Abruf: 31.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Twitter-Seite. URL: www.twitter.com/stimmeonline [Abruf: 31.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Twitter-Seite „stimmt!“.

URL: www.twitter.com/stimmtonline [Abruf: 31.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Webseite. URL: www.stimme.de [Abruf: 24.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Zeitung in der Grundschule.

URL: www.stimme.de/zig/Zehn-Jahre-Zig-Gewinner-sind-alle;art17772,1286903
[Abruf: 22.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Ziki-Abonnement. Heilbronner Stimme,

URL: www.stimme.de/meta/abonnement/ziki-abo/Taegliches-Lesevergnuegen-Ziki-Magazin;art129999,2752577 [Abruf: 22.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2013): Zeitung in der Schule.

URL: www.zisch.raufeld.de/index.php?id=projekt [Abruf: 22.05.2013]

HEILBRONNER STIMME (2012): Mediadaten Heilbronner Stimme 2012. Heilbronn.

HEILBRONNER STIMME (2012): YouTube Channel „stimmenet“.

URL: <http://www.youtube.com/user/stimmenet> [Abruf: 01.07.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013). Ausgaben 104/2013 bis 148/2013.

Erscheinungsdatum 6. Mai 2013 bis 29. Juni 2013. Ludwigsburg.

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): E-Paper. URL: www.lkz.de/digitales-abo.html [Abruf: 24.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Facebook-Seite.

URL: www.facebook.com/ludwigsburger.kreiszeitung [Abruf: 31. Mai 2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Leser werben Leser.

URL: www.e-lationshop.de/shop/start.do?se=3F158 [Abruf: 20.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Mediadaten Ludwigsburger Kreiszeitung 2013. Ludwigsburg.

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Service & Abo, 3-für-2-Abonnement.

URL: www.lkz.de/abo+service/uebersicht-abo-angebote/3-fuer-2-abo.html
[Abruf: 20.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Service & Abo, 8-Wochen-Kurz-

Abonnement. URL: www.lkz.de/abo+service/uebersicht-abo-angebote/8-wochen-kurzabo.html [Abruf: 20.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Service & Abo, 12-für-10-Abonnement.

URL: www.lkz.de/abo+service/uebersicht-abo-angebote/12-fuer-10-abo.html

[Abruf: 20.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Service & Abo, Freizeitpark.

URL: www.lkz.de/cms_media/module_ob/2/1315_2_Tripsdrill_AZ_2013.pdf

[Abruf: 20.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Service & Abo, iPad-Abonnement.

URL: www.lkz.de/abo+service/uebersicht-abo-angebote/ipad-abo.html

[Abruf: 20.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Service & Abo, iPad-Mini-Abonnement.

URL: www.lkz.de/abo+service/uebersicht-abo-angebote/ipad-mini-abo.html

[Abruf: 20.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Service & Abo, Jubiläums-Abonnement.

URL: www.lkz.de/abo+service/uebersicht-abo-angebote/jubilaeums-angebot.html [Abruf: 20.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Service & Abo, Kennenlern-Abonnement.

URL: www.lkz.de/abo+service/uebersicht-abo-angebote/kennenlern-angebot.html [Abruf: 20.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Service & Abo, Probe-Abonnement.

URL: www.lkz.de/abo+service/uebersicht-abo-angebote/probe-abo.html

[Abruf: 20.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Service & Abo, Vorteils-Abonnement.

URL: www.lkz.de/abo+service/uebersicht-abo-angebote/vorteils-abo.html

[Abruf: 20.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Service & Abo, Zeitschriftenvorteil.

URL: www.Internetleserservice.de/index.aspx?p=2&r=19&vs24p=1021

[Abruf: 20.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Twitter-Account.

URL: www.twitter.com/LKZ_online [Abruf: 31. Mai 2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Webseite. URL: www.lkz.de

[Abruf: 25.05.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): LKZchannel.

URL: www.youtube.com/user/LKZchannel [Abruf: 29.06.2013]

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG (2013): Zeitung in der Schule.

URL: www.lkz.de/specials/serien-specials/zisch-artikel.html [Abruf: 18.05.2013]

Schriftliche Stellungnahmen im Besitz des Autors:

ARENS, ANGELA: E-Mail vom 19.07.2013.

Betreff: **AW: Kurze Anfrage für Bachelorarbeit**

Sehr geehrter Herr Hennings,

vielen Dank für Ihre Anfrage und Interesse an unserem Hause.

Gerne beantworten wir Ihnen auch Ihre Fragen.

Für die Ludwigsburger Kreiszeitung als Lokalzeitung mit einer verkauften Auflage von 37.982 Exemplaren (IVW 1.Q.'13) stellen Jugendliche eine nicht wirklich relevante Zielgruppe dar.

Zielgruppenrelevant ist für uns das Alter >28 Jahre.

Jedoch kann ein Abo in jedem Alter abgeschlossen werden, sofern die Einwilligung des Erziehungsberechtigten vorliegt.

Wir bieten derzeit kein Schüler-, Studenten- oder Azubi-Abo an und beschränken uns momentan rein auf ZISCH (Zeitung in der Schule).

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung.

Beste Grüße

Angela Arens.

Leitung Abo-Verkauf/Vertriebsmarketing.

Ungeheuer + Ulmer KG GmbH + Co.

Verlag der Ludwigsburger Kreiszeitung.

Persönliche Auskunft an den Autor:

Merkle, Thorsten: Leiter des Wissensnetzwerks „jule: Initiative junge Leser“,
telefonisches Interview am 09.07.2013

Anlagen

I. Analyse Ludwigsburger Kreiszeitung

Themen der LKZ, die in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 von Jugendlichen im Alter von 13 bis 21 Jahren handeln oder speziell für diese Altersklasse relevant sind.

LKZ-Ressort	Anzahl Artikel	Anzahl Spalten	Anzahl Elemente
Titelseite	17	32	4 (23,5 %)
Hintergrund	1	3	1 (100,0 %)
Kultur	11	4	7 (6,4 %)
Lokales	92	5	44 (47,8 %)
Magazin	51	5	30 (58,8 %)
Politik	6	1	5 (8,3 %)
Reise	1	1	1 (100,0 %)
Sport	80	4	36 (45,0 %)
Stadt Ludwigsburg	27	4	17 (63,0 %)
Stellen	12	3	9 (75,0 %)
Stuttgart & Südwesten	29	1	10 (34,5 %)
TV	1	1	1 (100,0 %)
Wirtschaft	19	4	11 (5,8 %)
Gesamt	347 Artikel	3 Spalten	176 Elemente (50,7%)

Tab. 1: Inhalt und Umfang von Artikeln in den Ressorts der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Angabe der Ressorts. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
144/13	In der Schule haben alle Länder Nachholbedarf	4	Bild	-	3
Gesamt	1 Artikel	4	1		

Tab. 2: Artikel im Ressort Hintergrund der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
118/13	Pink fliegt ihren Fans um die Ohren (Konzert-Kritik)	4	Bild	-	6
120/13	„Rock am See“ fällt doch ins Wasser	1	-	-	23
123/13	„Wenn Teddys fliegen, machen wir's richtig“ (Band)	5	Bild	-	11
123/13	Rückkehr der Sportfreunde Stiller (Band)	3	Bild	-	14
128/13	Neue Einstellung bringt Fachkräfte (Personalsuche)	5	Bild,Info	-	30
129/13	Ballett hat nur eine Baustelle, die John-Cranko-Schule	2	-	-	5
130/13	Momo hat Zeit für Freunde (Junge Oper)	3	Bild	-	35
131/13	Preise für junge Jazz-Bands aus Hessen und Sachsen	1	-	-	22
135/13	Jugendbuchpreis für Autor John Green	1	-	-	21
143/13	Die Sieger dürfen jetzt ins Studi (Band-Contest)	3	Bild	-	12
147/13	Wer nicht mitfilmt, war nicht dabei (Gesellschaft)	4	Bild	-	21
Gesamt	11 Artikel	32	7		

Tab. 3: Artikel im Ressort Kultur der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
104/13	Rennen für den Fußballplatz (Schüler-Spendenlauf)	3	Info	-	14
107/13	U18 in Concert	1	-	U18	7
107/13	Entscheidung bei Neubau Mensa fällt schwer	5	-	-	7
107/13	Gericht schickt Kinderschänder in den Knast	5	-	15-17	9
108/13	Schwimmfest lockt 258 Wasserratten	5	Info	ab 8	11
108/13	Freiberger dürfen nach Marbach (Förderschüler)	3	-	-	12
108/13	Mit Kunst für eine gute Zukunft Europas (Schülerwett.)	5	Info	-	21
108/13	Bank-Azubis wechseln die Seiten	5	Bild	-	22
109/13	Den Steppenwolf immer im Nacken (Theater AG)	5	Bild,Info	-	6
111/13	Eine Werkstatt zum Tüfteln (Bildungspartnerschaft)	3	Info	-	5
111/13	Mehr Besucher im Jugendtreff „Rio“	2	-	-	7
111/13	72 Stunden für gute Sache (gemeinnützige Schüler)	5	Bild,Info	-	11
111/13	Fünf Vereine aus Kreis unter Gewinnern (Förderpreis)	2	Bild	-	12
111/13	Routenplaner für Smartphones	1	Bild	-	12
111/13	Kurs: YouTube für Anfänger	1	-	17	13
111/13	Roboter machen Lust auf Technik (Schulprojekt)	4	Bild	-	14
112/13	Erst die Mensa, dann die Halle (Schulcampus)	4	-	-	7
112/13	Niklas Fauth steht im Finale (Jugend forscht)	3	Bild	15	9
112/13	Ehrenamtliche an KZ-Gedenkstätte geehrt (Jugend)	5	Bild	16-21	15
112/13	Autoren motivieren Schüler zum freien Schreiben	3	Bild	-	16
113/13	Teenie-Schwärmereien und Fesselsex-Bilder	4	-	15	7
113/13	Minderjährige im Zug belastigt	1	-	16	11
113/13	Jugendliche sprühen Reizgas	1	-	-	11
113/13	Experten: Niemals ohne Helm aufs Rad (Schulprojekt)	4	Bild	-	13
114/13	Schulsozialarbeiter fürs FSG	1	-	-	8
114/13	Grobkonzept liegt in Kürze vor (Schulentwicklung)	3	-	-	9
114/13	Alle Bildungsabschlüsse sollen möglich bleiben	5	-	-	15
114/13	Bestes Plakat kommt vom Beruflichen Schulzentrum	2	Bild	17	18
115/13	Noch einige Plätze frei bei Jugendfreizeiten	1	-	-	5
115/13	Jugendlicher schlägt mit Flasche zu	1	-	17	5
115/13	Mit Musik zu transatlantischer Freundschaft	3	-	-	11
118/13	Trainingsstunde mit den Profis (Motocross)	3	Bild	-	13
119/13	Welt der Banken verstehen lernen (Bildungspartner)	4	Bild	-	9
120/13	Pfadfinder auf der Altmühl (Kanutour)	4	Bild	-	6
122/13	Feuerwehr lädt den Nachwuchs ein	1	-	-	12
122/13	Schlägerei vor Diskothek	1	-	18-25	15
123/13	Jugendfeuerwehr feiert zehnten Geburtstag	4	-	-	5
123/13	Junger Motorradfahrer schwer verletzt	1	-	18	5
123/13	Fußball und Weißwürste beim Schlosshoffest	1	-	-	7
123/13	Raub am Bahnhof, Zeugen gesucht	1	-	bis 19	8
123/13	Mit dem Bett über den Parcours (Wettkampf)	3	Bild	-	12
123/13	Kurs: Online-Bewerbungen im Internet	3	-	-	12
124/13	Sicher mit dem Fahrrad zur Schule	4	Bild	-	20
124/13	Ein Jahr USA für junge Leute	3	Info	-	20
126/13	Nachwuchs ist beim Löschen schon ganz groß	5	Bild	-	7
126/13	Niklas Fauth auf viertem Platz bei Jugend forscht	1	Bild	15	7
127/13	Streicher-Serenade der Musikschule Besigheim	1	-	-	14
127/13	Mit GPS-Daten durch die Altstadt	3	-	-	16
128/13	Tollkühne Seifenkutschenpiloten gesucht	4	Bild,Info	-	9
128/13	Junge Einbrecher feiern Party	1	-	14-20	11
128/13	Jugendliche sollen entscheiden	4	-	14-18	18
128/13	Mädchen und Jungen zeigen ihr Können (Feuerwehr)	1	-	-	20
129/13	Intermediale Kommunikation als neues Fach (Schule)	4	-	-	7

129/13	Mit Sport zu mehr Gemeinschaft (Schüler-Triathlon)	3	Bild	-	8
129/13	Vier Radtouren durch reizvolle Landschaft (Schüler)	4	Link	-	11
129/13	Die Bundessieger aus Bietigheim (Plakat-Wettbewerb)	3	Info	-	14
130/13	Anziehungspunkt für junge Leute (Neues Jugendhaus)	4	Bild	-	16
130/13	Gemeinsame Übung der Jugendfeuerwehren	1	-	-	16
131/13	Großer Jubel im Jugendhaus: Taste, Hebel, Tor	5	Bild,Info	.	5
131/13	Sport gegen Hunger in der Welt (Spendenlauf)	5	Bild	-	6
131/13	Musikschule wirbt um neue Schüler (Jugend)	1	-	-	12
133/13	„Mehr als Vater-Tochter-Beziehung“ (Prozess)	4	-	15	7
133/13	Werkrealschule: Ära neigt sich dem Ende zu	1	-	-	12
135/13	Drei Tage lang Gutes für andere tun (Kath. Jugend)	5	Bild	6-27	13
135/13	Zwei Raufbolde einigen sich auf einen Ausgleich	5	-	18&19	13
135/13	Richter gibt jungem Dieb einen letzten Warnschuss	2	-	21	15
136/13	Spitzspinne und Lokomotive aus Holz (Kath. Jugend)	5	Bild	-	7
136/13	Ein Minispielfeld für die Fußball-AG	4	-	-	8
136/13	Wissenschaftler loben junge Tüftler (8. Klasse)	3	Bild	-	17
137/13	Pedale verhaken sich; Zwei Radler stürzen	1	-	15	11
137/13	Von 22 Uhr an muss es beim Grillen ruhig sein	2	-	-	11
138/13	„Da kommen die Helfer“ (8. Klasse)	5	Bilder	-	9
138/13	Schüler rocken im Ellental (Band-Contest)	3	-	-	10
138/13	Julis stellen sich neu auf (Politik)	1	-	-	11
139/13	35 Grad! Schüler haben 2013 erstmals Hitzefrei	5	Bild	-	11
140/13	Nun ist es offiziell: Ganztagsangebot der Gymnasien	3	Bild	-	13
142/13	Fußtritt kein versuchter Totschlag	4	-	19	13
142/13	Schmiedel nicht zufrieden mit dem Berufsschulwesen	3	-	-	17
142/13	Im Freiberg: Dieb lässt Rucksack mitgehen	1	-	13	19
142/13	Integration lässt keinen kalt	4	Bild	-	19
143/13	Mal durchsetzen und mal zurücknehmen (Orchester)	3	Bild	11-17	5
143/13	„Die Jungs sind hart im Nehmen“ (Skaterwettbewerb)	4	Bild	-	11
144/13	Ein Mädchen mit zwei Gesichtern (Prozess)	4	-	15	5
144/13	Geschmackserlebnis Bauernbrot (Pfadfinder)	5	Bild	-	6
144/13	Geschichte erforschen und Preise gewinnen (Schule)	5	Bild,Info	-	13
145/13	Vielfältige musikalische Darbietungen (Schulorches-	4	Bild	-	7
146/13	Drei Verletzte bei frontalem Zusammenstoß	3	Bild	18-19	8
147/13	Gespannt auf andere Lebensverhältnisse (Soz. Jahr)	4	Bild	17	7
147/13	Schülerbands lassen Filmmusik erklingen	1	-	-	7
148/13	Julian Schöller: Knoten ist geplatzt (Tennis)	3	-	16	8
148/13	Kritik an Rektorin der Realschule	1	-	-	9
148/13	Versprechen nach Jahren eingelöst (Fußballaus-	5	-	13-14	10
Gesamt	92 Artikel	282	44		

Tab. 4: Artikel im Ressort Lokales der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
106/13	Nach zehn Jahren in Freiheit (Kinderentführungen)	5	Bild,Info	-	25
109/13	Wunder von Bangladesch (19-jährige Überlebende)	3	Bild	19	16
109/13	Die Mütter der Vermissten	5	Bild,Info		17
112/13	Wenn jung sein zur Last wird (Kinofilm über Schönheit)	3	Bild	13	18
113/13	Terror reicht bis ins Kinderzimmer (Cybermobbing)	5	Bild,Info	-	17
113/13	Avancen vom Freund der Freundin (Beziehung)	4	Bild	-	18
113/13	Tipps für sanften Schubs aus d. Nest (Stubenhocker)	5	Bild	-	18
116/13	Wenn Panik das Leben bestimmt (Ratgeber)	5	Bild,Info	-	14

117/13	Schulverweigerer verurteilt	1	-	-	15
117/13	Vin Diesel tritt wieder kräftig aufs Gaspedal (Filmtipp)	2	Bild	-	16
117/13	Protest gegen Marke der „coolen“ Dürren	5	Bild	-	18
118/13	Nach Sieg: Bloß kein Trikot im Büro (Fußball-Mode)	4	Hinweis	-	15
118/13	Surftipp: Wörterbuch für Slang und anderes Englisch	1	-	-	16
118/13	TV-Programm als App	1	-	-	16
118/13	Online-Programm gegen PC-Sucht	1	-	-	16
118/13	Kurzlinks für mehrere Adressen (Tipp)	1	-	-	16
118/13	Schüler lernen im Ex-Notbunker	5	Bild	-	17
120/13	14-Jähriger zerschneidet Mann das Gesicht	1	-	-	13
120/13	Leute: Charly Sheen	1	-	-	13
122/13	Am Tag X soll alles anders werden (Raucherentwöhn.)	5	Bild,Info	-	22
122/13	Hangover 3: Das große Finale der Junggesellen (Film)	1	-	-	23
124/13	Lovely Lovelyn & der störende Feminismus (Model)	5	Bilder	16	21
124/13	Affe von Justin Bieber kommt in Zoo	1	Bild	-	21
126/13	19-Jähriger muss sich vor Gericht verantworten	1	-	19	17
128/13	Ohne Ticket durchs Land (Schwarzfahrer)	1	-	12	23
128/13	Die Erde, die Tiere und der Mensch (Film)	4	Bild	-	24
128/13	Anfang vom Ende einer Kultliebe (Film)	4	Bild	-	24
128/13	Von Groupies und Spaßbremsen (Festival-Begriffe)	5	Bild,Info	-	25
129/13	Paris Jackson: Suizidversuch als Hilfeschrei	4	Bild	15	15
129/13	Anklage gegen „Waldjunge Ray“	1	-	21	15
129/13	Wie umstrittene Gruppen Jugendliche ködern	2	Info	-	16
129/13	Die Angst vor den anderen (Psychologie)	4	Info	-	16
129/13	Zweiter Anlauf im Johnny-K.-Prozess	1	-	20	17
130/13	Idol o. verwöhnter Star: Bei Justin Bieber der Lack ab?	2	Bild	19	26
131/13	Leute: Justin Bieber	1	Bild	19	13
132/13	Das Liebeskommando hilft (Heirat in Indien)	3	Bild	-	15
133/13	Jugendarrest für 19-Jährigen (Prozess)	4	Info	19	15
133/13	Wiesn-Maß kostet fast zehn Euro	1	-	-	15
133/13	Katastrophenforscher: Helfen ist cool (Facebook)	4	Bild	-	17
134/13	„Ficken für den Regenwald“ (Kinofilm)	1	-	-	20
135/13	Downloadhelfer zieht oft Unerwünschtes auf den PC	2	Grafik	-	18
135/13	Im Babyalter mit Masern infiziert: 14-Jähriger tot	1	-	14	19
135/13	Großeltern erstochen	1	-	21	19
136/13	Reizalarm in Schule	1	-	-	23
137/13	Farbschlacht wie in Indien (Holi Festival of Colours)	4	Bild	-	15
137/13	Schüler droht mit Amoklauf	1	-	17	15
138/13	Jugend: Eine Zukunft mit vielen Hürden	4	Bild,Info	-	17
138/13	Schüler arbeiten für Afrika (Schulprojekt)	1	-	-	17
147/13	Justin Bieber wegen Körperverletzung angezeigt	1	-	19	17
147/13	Lässig, cool und entspannt tanzen	5	Bild	ab 15	18
148/13	Jugendheime: Weiterer Vorwurf der Misshandlung	1	-	19	23
Gesamt	51 Artikel	135	30		

Tab. 5: Artikel im Ressort Magazin der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
105/13	Soziale Netzwerke lehnen Selbstverpflichtung ab	3	Bild	-	2
122/13	Hilfe für junge Arbeitslose (Europavergleich Jugend)	2	Grafik	U25	2
128/13	Rechtsanspruch auf Beratung für Kinder	5	Bild,Info	-	2
130/13	Büro als Studentenbude (Lösung f. Wohnungsmangel)	4	Bild,Info	-	2
141/13	Vergleichbare Abituraufgaben	1	-	-	2
142/13	Mehr Gemeinsamkeiten beim Abi	4	Bild,Info	-	2
Gesamt	6 Artikel	19	5		

Tab. 6: Artikel im Ressort Politik der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
119/13	Wie Backpacker sicher ihr Ziel erreichen	3	Info,Link	-	49
Gesamt	1 Artikel	3	1		

Tab. 7: Artikel im Ressort Reise der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
105/13	Pech für junge Ditzinger Degenfechter (Fechten)	2	-		22
105/13	Sportjugend-Förderpreise für Vereine aus der Region	1	-	-	22
106/13	Jana Scheffold erkämpft Podestplatz (Judo)	1	-		36
106/13	Füller ist württembergische Meisterin (Kunstradfahren)	1	-	14	36
107/13	U14-Mannschaft holt Platz zwei (Basketball)	1	-	U14	25
107/13	Junge Korbjäger-Talente spielen vor (Basketball)	4	Bild		25
108/13	Hiphopper qualifizieren sich fürs Finale	2	Bild		10
110/13	Erfolgreiche Barock-Tanzsporttage (Tanzen)	3	-		21
111/13	Lars Reuther dominiert Schlamm Schlacht (Motocross)	2	Bild	20	21
111/13	Lara Füller gewinnt Gesamtwertung (Kunstradfahren)	1	-	14	21
112/13	41 Jahre alter Rekord ist sturmreif (Hürdensprung)	5	Bild	20	25
112/13	Borrmann erfolgreich bei dt. Meisterschaften (Fechten)	1	-		25
113/13	Gelungenes Regiofinale für MTV Ludwigsb. (Turnen)	2	-		25
113/13	Strohgäu-Cup der Junioren in Münchingen (Fußball)	1	-		25
113/13	U18-Basketball-Länderspiel in der Rundsporthalle	1	-	U18	25
114/13	Tischtennistalent weiter auf dem Weg nach oben	2	Bild	13	10
114/13	Heidelberger Regatta mit Marbacher Schaumkronen	1	-		31
114/13	Tennisjugend des TV Tamm beim LBS-Cup in Lauffen	1	-		31
114/13	Rempfer startet für Baden-Württemberg (Leichtathl.)	1	-		31
114/13	16. Jugendfußballturnier beim TSV Kleinsachsenheim	1	-		31
115/13	Felix Franz schlägt den Meister (Hürdensprung)	3	Bild	20	23
118/13	Nachwuchs des LAZ Sal. mit gutem Start (Leichtathl.)	1	-		21
118/13	Mattenfüchse erkämpfen zahlreiche Medaillen (Ring.)	2	-		21
118/13	Erfolge für Boxer beim Regio-Cup	3	-		21
118/13	Tabea Alt setzt Höhenflug fort (Kunstturnen)	3	Bild	13	24
119/13	Jetzt sind sie perfekt in Vor- und Rückhand (Tennis)	2	Bild		8
119/13	Reitkurs in den Sommerferien (Reiten)	3	-	-	8
121/13	Tischtennisspieler bei Landes-Meisterschaften dabei	5	Bild	U15	6
122/13	Mit Doppelsalto zur Bronzemedaille (Turnen)	5	Bild	14	8
124/13	Marian Reichert kämpft um EM-Teilnahme	5	-	U20	32
124/13	BSG-Nachwuchs bei süddt. Meisterschaften (Basket.)	1	-		32
126/13	Schäßberger stellt neuen Rekord auf (Hochsprung)	1	Bild	U16	22

126/13	Joos unterschreibt Profivertrag (Basketball)	1	Bild	18	22
126/13	Drei Benefizspiele beim Hockey-Club	4	-	U18	22
127/13	Unter Palmen auf den Titel fokussiert (Fußball)	5	Bild,Info	U21	23
127/13	Hockey-Nachwuchs feiert 6:0-Sieg in Ludwigsburg	2	Bild	U18	24
127/13	Lara Füller den deutschen Meistertitel (Kunstradf.)	3	Bild	14	25
128/13	Ein schwerer Brocken (Fußball)	2	Bild	U21	31
129/13	DFB-Junioren legen Fehlstart hin (Fußball)	5	Bild	U21	21
129/13	Luisa Winkler krault zu Gold (Schwimmen)	3	Bild	15	22
129/13	Klarer 8:0-Sieg nach Stotterstart (Hockey)	4	Bild	U18	23
130/13	Junioren droht EM-Aus (Fußball)	5	-	U21	27
130/13	Vom O.-Hahn-Gymnasium ins Nationalteam (Basketb.)	5	Bild	U18	30
130/13	Weibliche Jugend will in die Bundesliga (Handball)	1	-	U17	30
131/13	Gegen Spanier kein Kraut gewachsen (Fußball)	3	-	U21	17
131/13	VfB Stuttgart leiht Dortmunder Leitner aus (Fußball)	1	-	20	17
132/13	Jugendliche zeigen ihre Choreografien (Tanzen)	1	-	-	8
132/13	Junge Leichtathleten mit vielen Bestleistungen	2	Bild	13-18	8
132/13	U21 für den EM-Titel noch nicht reif genug (Fußball)	4	Bild,Info	U21	17
133/13	Hrubesch warnt vor Panikmache (Fußball)	3	Bild	U21	21
136/13	Junger Spieler mit Potenzial (Fußball)	3	-	19	11
136/13	Moritz Leitner siebter Neuzugang beim VfB (Fußball)	1	-	20	27
136/13	DBB absolviert Testspiel gegen Frankreich (Basketb.)	1	-	U18	31
136/13	A-Junioren meistern erste Hürde zum Aufstieg (Fußb.)	1	-	U18	31
137/13	BMX-Fahrer aus Kreis erfolgreich	3	Bild	13-15	19
138/13	Felix Franz stürmt zur Silbermedaille (Leichtathletik)	4	Bild	20	18
139/13	Sensation bei Landesmeisterschaften (Tischtennis)	5	Bild	U14	6
139/13	Spanier lassen sich von Italien nicht aufhalten (Fußb.)	1	-	U21	19
139/13	Doppelter Erfolg für Theresia Ventura (Karate)	3	Bild	16	21
140/13	BSG-Nachwuchs in Ulm auf Platz drei (Basketball)	1	-	U18	26
141/13	Leonie Maier beeindruckt Bundestrainerin (Fußball)	4	Bild	20	18
141/13	SGV-Nachwuchs doppelt bestraft (Fußball)	4	Bild	16-18	21
141/13	SG Oßweil-P. feiert Aufstiege der Jugendhandballer	1	-	-	21
143/13	Packende Freistilkämpfe Beim U23-Kaderturnier	2	Bild	18-23	29
143/13	VfL Wolfsburg Mal dt. A-Jugend-Meister (Fußball)	1	-	U18	17
143/13	Im Streit um Goretzka zeichnet sich Lösung ab (Fußb.)	1	-	18	17
143/13	Böttinger dreifacher Meister (Rasenkraftsport)	3	Bild	19	20
143/13	07 holt weitere Talente (Fußball)	3	-	18-19	20
143/13	Hartbrich fiebert EM entgegen (Tischtennis)	2	-	13	20
144/13	Titel für Leo Lohre und Tobias Seel (Leichtathletik)	4	Bild	U20	21
145/13	Starker Auftritt beim Schäfer-Cup (Tischtennis)	4	-	U15	6
145/13	Fast auf Augenhöhe mit Frankreich (Basketball)	4	Bild	U18	21
145/13	LAZ-Nachwuchs erfolgreich auf Titeljagd (Leichtathl.)	3	-	13-16	21
145/13	Luisa Winkler schwimmt mit Schlussprint zu DM-Silber	1	-	15	21
145/13	Triple-Aufstieg der Jugend-Handballer des SVO perf.	1	-	-	21
146/13	SC Freiburg verpflichtet Jullien (Fußball)	1	-	20	25
146/13	07 verpflichtet zwei Spieler für die Landesliga (Fußball)	1	-	21	26
147/13	Lars Reuther wird zum Gejagten (Motocross)	5	Bild	20	25
147/13	Titel für Freiberg, Löchgau & Ditzingen (Jugendfußball)	1	-	-	25
148/13	NBA: Schröders Traum wird wahr (Basketball)	2	Bild	19	28
Gesamt	80 Artikel	193	36		

Tab. 8: Artikel im Ressort Sport der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
104/13	Auf Notfälle vorbereitet (Jugend Rotes Kreuz)	2	Bild	-	9
105/13	Neuer Juso-Vorstand spricht über Zukunft und Rente	3	Bild	-	9
108/13	Erst Kreativcamp, dann Auftritt bei Show (Tanzen)	4	Bild	-	14
108/13	Jubiläumsfestival mit alten Bekannten (mit App)	5	Bild,Info	-	15
109/13	Jugend-Orchester begeistert mit Vielfalt & Klängen	5	Bild	-	7
110/13	Kurs für Abiturienten	1	-	-	9
110/13	Trickfilm-Werkstatt in Ferien (Hochschule der Medien)	1	-	-	9
110/13	Geschicklichkeit und Tempo (Jugendfeuerwehr Pokal)	4	Bild		11
115/13	Studenten-„Tower“ wird verkauft	4	Bild	-	9
117/13	Schaurig schön: „Gothic ist eine Lebenseinstellung“	3	Bild	-	8
119/13	Lernfestival in dritter Auflage (Pädagog. Hochschule)	1	-	-	12
119/13	Noch freie Studienplätze (ev. Hochschule)	1	-	-	12
120/13	Hoffen auf sonniges Pokalfinale (Public Viewing)	4	Bild	-	7
122/13	Überfall: Mann brutal geschlagen	3	Bild	18	11
124/13	Rappend den Horizont erweitern (Hip-Hop-Comm.)	4	Bild,Info	-	13
124/13	Arbeitskreis Jugend trifft sich	1	-	-	15
124/13	Zumba-Kurs im Schloßlesfeld (Deutsche Jugend-	1	-	-	15
127/13	Große Hilfe für kleine Freundinnen (Kinderschutz)	4	Bild,Info	14	11
127/13	Eine Hip-Hop-Geburtstagsshow	3	Bild,Info	-	12
130/13	„Das ist überaus speißbürgerlich“ (Feste in der Stadt)	5	Bild,Info	-	12
130/13	Diplomfilm der Filmakademie gewinnt Regiepreis	1	-	-	13
141/13	Akademie-Chef vor dem Absprung?	4	Bild	-	8
143/13	Zwei Jugendliche mit Pfefferspray attackiert	1	-	16&17	7
143/13	CD-Wechsel während Fahrt - Auto kippt um	2	Bild	18	8
148/13	Diebestour: Jugendliche stehlen Motorroller	1	-	15-18	13
148/13	Abiturienten verwüsten Innenstadt	1	-	-	13
148/13	Gute Taten in 72 Stunden (Doppelseite/kath. Jugend)	5	Bilder	6-27	14
Gesamt	27 Artikel	75	17		

Tab. 9: Artikel im Ressort Stadt Ludwigsburg der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
124/13	Alles eine Frage der Formulierung (Bewerbungen)	5	Bild	-	51
130/13	Weibliche Azubis in „Männerjobs“	5	Bild	-	51
148/13	Anspruchsvolle Ausbildung zum Zahntechniker	6	Bild	-	54
148/13	Sozialversicherungsfachangestellte sind gefragt	6	Bild	-	55
148/13	Guter Schulabschluss ist weiter notwendig	6	Bild	-	57
148/13	Baubranche: Azubis werden händeringend gesucht	1	-	-	57
148/13	Tipps für Mädchen bei der Ausbildungssuche	3	Bild	-	58
148/13	Erwartungen an die Azubis sind hoch	3	Bild	-	58
148/13	Per Abendunterricht zum Realschulabschluss	1	-	-	58
148/13	Lügen kann Azubi die Lehrstelle kosten	1	-	-	58
148/13	Gute Umgangsformen beweisen	4	Bild	-	59
148/13	Ausbildungswahl nicht schlechtreden lassen	2	Bild	-	59
Gesamt	12 Artikel	43	9		

Tab. 10: Artikel im Ressort Stellen der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
109/13	Startschuss für regionale Schulentwicklung	4	Bild	-	4
109/13	Stromschlag: 17-Jährige stirbt auf Waggondach	2	-	17	4
109/13	Eva Muszar gewählt (Junge Grüne)	1	-	-	4
112/13	Stoch (Kultusminister) lässt die Zahlen sprechen	4	Bild	-	4
113/13	Slacklining nur noch an geschützten Bäumen erlaubt	1	-	-	4
114/13	Wieder Kritik an Schulen	3	Bild	-	5
114/13	Land sichert die Duale Hochschule	1	-	-	6
114/13	Alkohol in jungen Jahren gefährlich	1	-	-	6
116/13	Seen locken mit ungetrübten Badefreuden	4	Bild	-	4
119/13	Wenn Männer Teenager lieben	4	-	13&14	4
120/13	17-Jähriger verprügelt 14-Jährigen	1	-	13&17	4
123/13	Vermisste Maria bleibt spurlos verschwunden	1	-	13	4
124/13	Heilbronner Polizist lässt die Fäuste fliegen (Portrait)	4	Bild	21	5
126/13	U18-Jugendwahl soll Lust auf Politik machen	5	Bild	bis 17	4
126/13	Schulpreis geht nach Backnang	1	-	-	4
130/13	Kampfansage an die Grünen (Rückkehr zu G9)	5	Bild,Info	-	5
130/13	Jugendkriminalität sinkt	1	-	-	6
133/13	Fernbusse suchen Haltestellen	4	Bild	-	6
134/13	Jugendamt stellt immer mehr Kinder unter Schutz	2	-	-	6
135/13	Bildungsforscherin warnt vor übertriebener Eile	2	-	-	6
136/13	14-Jährige vergewaltigt: Angeklagter gesteht	1	-	14	6
137/13	Schulbehörde: Zahl der Schwänzer steigt weiter	4	Bild,Info	-	4
140/13	Schüler sollen jetzt auch Türkisch lernen können	2	-	-	6
142/13	Partnerschaft gegen Alkohol	3	Bild	U21	4
142/13	15-Jähriger vor Gericht	1	-	15	4
147/13	In Jauchegrube gerutscht und schwer verletzt	1	-	20	5
147/13	Nils Schmid will stärker auf berufliche Bildung setzen	2	-	-	5
148/13	Nur jeder achte ausl. Schüler mit höherem Abschluss	1	-	-	5
148/13	Grüne: Wirtschaft darf Bachelor nicht entwerten	1	-	-	6
Gesamt	29 Artikel	67	10		

Tab. 11: Artikel im Ressort Stuttgart & Südwest der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
128/13	Souliger Musiksommer mit Samy Deluxe (Doku-Reihe)	5	Bild	-	43
Gesamt	1 Artikel	5	1		

Tab. 12: Artikel im Ressort TV der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
105/13	Verein muss Schülercamps aufgeben	1	-	-	28
108/13	Musikkonzerte bremsen Apples Internetradio	2	-	-	40
108/13	Discounter: Netto – Bezahlen mit dem Handy	1	-	-	40
108/13	Dinge, die die Welt nicht kannte (Schülerfirma)	4	Bild,Info	16&17	42
111/13	Ein Leben im Minus (Schulden bei jungen Leuten)	5	Bild,Info	-	25
112/13	33 000 freie Lehrstellen 2012 unbesetzt	1	-	-	29
115/13	Yahoo kauft Tumblr	3	Bild	-	28
119/13	McDonald's Chef im Kreuzverhör	5	Bild	-	34
123/13	„Arbeitsmarkt ist mehr als robust“ (freie Lehrstellen)	5	Bild	-	26

123/13	Autokonzerne haben die treuesten Fans (Facebook)	4	-	-	27
124/13	Berliner Läden testen digitale Währung (Bitcoins)	4	Bild	-	38
127/13	Symbiose zwischen Golf und Fitness (Kooperation)	5	Bild,Info	-	31
129/13	Jugend forscht: Auszubildende ausgezeichnet	1	-	-	27
133/13	Tiefkühlkost lässt junge Kunden kalt	4	Bild,Info	-	25
133/13	Apple krempelt Software um	3	Bild	-	26
133/13	IHK berät bei Ausbildungssuche	1	-	-	27
133/13	Bosch holt Diversity-Preis (Studenten)	1	-	-	27
134/13	Mädchen schnuppern Firmenluft (Girls-Day)	5	Bild,Info	-	35
143/13	Länder: Projekte gegen Jugendarbeitslosigkeit	2	Bild	-	23
Gesamt	19 Artikel	57	11		

Tab. 13: Artikel im Ressort Wirtschaft der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

LKZ-Ressort	1 Spalte	2 Spalten	3 Spalten	4 Spalten	5 Spalten	6Spalten
Titelseite (17)	9 (52,9%)	2 (11,8%)	5 (29,4%)	1 (5,9%)	0	0
Hintergrund (1)	0	0	0	1 (100,0%)	0	0
Kultur (11)	3 (27,3%)	1 (9,1%)	3 (27,3%)	2 (18,2%)	2 (18,2%)	0
Lokales (92)	25 (27,2%)	5 (5,4%)	21 (22,8%)	21 (22,8%)	20 (21,7%)	0
Magazin (51)	23 (45,1%)	4 (7,8%)	3 (5,9%)	10 (19,6%)	11 (21,6%)	0
Politik (6)	1 (16,7%)	1 (16,7%)	1 (16,7%)	2 (33,3%)	1 (16,7%)	0
Reise (1)	0	0	1 (100,0%)	0	0	0
Sport (80)	32 (40,0%)	13 (16,3%)	15 (18,8%)	10 (12,5%)	10 (12,5%)	0
Stadt LB. (27)	10 (37,0%)	2 (7,4%)	4 (14,8%)	7 (25,9%)	4 (14,8%)	0
Stellen (12)	3 (25,0%)	1 (8,3%)	2 (16,7%)	1 (8,3%)	2 (16,7%)	3 (25,0%)
Stuttgart&SW(29)	13 (44,8%)	5 (17,2%)	2 (6,9%)	7 (24,1%)	2 (6,9%)	0
TV (1)	0	0	0	0	1 (100,0%)	0
Wirtschaft (19)	6 (31,6%)	2 (10,5%)	2 (10,5%)	4 (21,1%)	5 (26,3%)	0
Gesamt (347)	125	36	59	66	58	3
In Prozent	36,0 %	10,4 %	17,0 %	19,0 %	16,7 %	0,9 %

Tab. 14: Anzahl und prozentualer Anteil der Spalten bei den Artikeln der Ludwigsburger Kreiszeitung, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Angabe der Ressorts. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

II. Analyse Heilbronner Stimme

Themen der HSt, die in den Ausgaben 104/2013 bis 148/2013 von Jugendlichen im Alter von 13 bis 21 Jahren handeln oder speziell für diese Altersklasse relevant sind.

HSt-Ressort	Anzahl Artikel	Anzahl Spalten	Anzahl Elemente
Titelseite	22	32	11 (50,0 %)
Baden-Württemberg	28	55	7 (25,0 %)
Blick in die Welt	38	68	13 (34,2 %)
Familie	8	23	5 (6,25 %)
Hintergrund	5	17	3 (60,0 %)
Kultur	35	83	16 (45,7 %)
Lokales	104	237	51 (49,0 %)
Medien	22	49	9 (40,9 %)
Meinungen	1	3	1 (100,0 %)
Politik	10	26	4 (40,0 %)
Reise	2	4	1 (50,0 %)
Reportage	2	10	2 (100,0 %)
Service & Freizeit	25	78	16 (64,0 %)
Sport	78	145	32 (41,0 %)
Stadt Heilbronn	33	97	28 (84,8 %)
Stellen	4	10	4 (100,0 %)
Wirtschaft	14	24	4 (28,6 %)
Gesamt	431 Artikel	961 Spalten	207 Elemente (48,0%)

Tab. 15: Inhalt und Umfang von Artikeln in den Ressorts der Heilbronner, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Angabe der Ressorts. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
104/13	Kultusminister Stoch wehrt sich gegen Vorwürfe	1	-	-	7
104/13	Heimliche Fahrstunde	1	-	16	7
105/13	Warnung vor Stellenabbau an Gymnasien	1	-	-	5
106/13	Zwei Landesvorsitzende, zwei Meinungen (Jugend)	6	Bild	-	7
107/13	13-Jährige gesucht	1	-	13	5
108/13	Teenager seit Tagen verschwunden	4	Bild,Info	13	5
109/13	Tödlicher Stromschlag	1	-	17	6
110/13	Unter Alkohol geklettert	1	-	17	5
110/13	13-Jährige wird weltweit gesucht	1	-	13	5
111/13	Kritik an Schülerzahlen	1	-	-	5
112/13	Vielen Schulen droht das Aus	4	Bild,Info	-	5
114/13	Polizei appelliert an (Mann und Teenie)	1	-	13	7
116/13	Weniger Jugendgewalt	1	-	U21	5
119/13	13-Jährige nicht gefunden	1	-	13	5
120/13	Brutaler Angriff	1	-	14&17	4
123/13	Vom Toilettenhäuschen zur Szene-Bar	4	Bild,Info	-	5
126/13	U18-Jugendwahl soll Lust auf Politik machen	1	Bild	Link	5
126/13	Im Internet auf Nachwuchssuche (Feuerwehr)	4	Bild	-	5
129/13	Mädchen bleibt verschwunden	1	-	13	5
134/13	Mehr Schutz für Kinder und Jugendliche	1	-	-	5
140/23	Türkisch für Anfänger (Schule)	4	-	-	5
143/13	16-Jährige dürfen wählen (Kommunalwahl)	1	-	16-17	4
143/13	60 000 feiern bei Rockfestival (Southside)	1	-	-	4

144/13	Reform: Mehr junge Leute wollen Erzieher werden	4	-	-	5
145/13	Schüler fällt aus Fenster	1	-	15	5
146/13	Mehr Stellen für Azubis aber weniger Bewerber	5	Bild	-	5
148/13	Grüne sorgen sich um Wert des Bachelor-Titels	1	-	-	5
148/13	Erste OB-Wahl mit Beteiligung von 16-Jährigen	1	-	16-17	5
Gesamt	28 Artikel	55	7		

Tab. 16: Artikel im Ressort Baden-Württemberg der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
105/13	Weniger Alkohol am Steuer (Statistik)	4	Bild	-	6
105/13	Klatsch und Tratsch: Justin Bieber	1	-	19	6
106/13	Entführte Frauen fliehen nach zehn Jahren	4	Bild	-	8
106/13	Neun Jahre Haft für Täter im Fall Rebecca	1	-	17	8
107/13	Die Vermissten waren ganz in der Nähe (Entführung)	4	Bild,Info	-	6
107/13	Klatsch und Tratsch: Rihanna	1	-	-	6
108/13	Willkommen auf der Resterampe (C-Promis auf RTL)	5	Bild	-	6
108/13	Wie durch ein Wunder überlebt (Bangladesch)	4	Bild,Info	16	6
109/13	Gewaltexzess am Alex (Prozess)	1	-	20	8
110/13	Schwierige Wahrheitsfindung (Prozess)	4	Bild,Info	20	6
110/13	Tini K. – eine Frau kämpft gegen das Wegsehen	4	Bild	20	6
110/13	App führt in Singapur zur Toilette	1	-	-	6
112/13	Polizei weist über Facebook auf Radarfalle hin	1	-	-	6
113/13	Die Mobber kommen ins Kinderzimmer	3	Grafik	-	8
113/13	Klatsch und Tratsch: Beyoncé	1	Bild	-	8
113/13	Haft nach Selbstjustiz	1	-	16	8
115/13	Klatsch und Tratsch: Justin Bieber	1	-	19	8
116/13	Razzia bei Bushido	1	Bild	-	6
117/13	Schulverweigerer verurteilt	1	-	-	6
118/13	Schüler erstochen	1	-	17	8
120/13	Angriff Auf Schwangere	1	-	20	8
120/13	Klatsch und Tratsch: Charly Sheen	1	-	-	8
120/13	Helfer ins Gesicht geschnitten	1	-	14	8
120/13	15 Tote bei Schulbus-Brand	1	-	-	8
122/13	Klatsch und Tratsch: Usher	1	-	-	6
124/13	Lovelyn gewinnt Finale von Modenschau	1	Bild	16	8
124/13	Jugend forscht: Aaskäfer-Programm&Holzhacker-Hilfe	4	-	-	8
125/13	Unfall mit schweren Folgen	1	-	18-22	8
126/13	Neuer Prozess um Jonny K.	1	-	20	6
126/13	Lynchauf Ruf auf Facebook	1	-	19	6
126/13	Freund in Rhein gestoßen	1	-	13&16	6
128/13	Zur Schwangerschaft gezwungen	1	-	14	8
131/13	Laute Klänge, Stars&friedlich feiernde Masse(Festival)	4	Bild	-	6
131/13	Busunglücke mit Schulklassen	1	-	-	6
132/13	Maß unter zehn Euro	1	-	-	6
135/13	14-Jähriger: Tod durch Masern	1	-	14	6
141/13	Klatsch & Tratsch: Katy Perry getrennt	1	Bild	-	6
142/13	17-Jährige Tierquälerin	1	-	17	8
Gesamt	38 Artikel	68	13		

Tab. 17: Artikel im Ressort Blick in die Welt der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
104/13	Ausreichend Schlaf hilft beim Lernen	1	-	-	24
109/13	Hölle im Netz (Cybermobbing)	4	Bild,Info	-	24
109/13	Reiche Schüler gehen eher ins Ausland	1	-	-	24
109/13	Keine Ferien-Langeweile für Jugendliche	1	-	-	24
120/13	Aufsichtspflicht klären (Rechtslage nach Alter)	4	Bild,Info	-	24
131/13	Pornos und rechte Parolen sind größte Gefahr	4	Bild,Info	-	20
137/13	Wenn Kinder kriminell werden	4	Bild,Info	U18	20
143/13	So planen junge Leute ihre Zukunft	4	Bild	-	20
Gesamt	8 Artikel	23	5		

Tab. 18: Artikel im Ressort Familie der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
115/13	Deutschland lockt Azubis aus Südeuropa	1	-	-	3
131/13	Im eisernen Griff der Maras (Jugendgang)	6	Bild	-	3
135/13	Jusos: Gut integriert im Ländle	3	Bild	-	3
136/13	Einfluss von Pädophilen bei Südwest-Grünen	1	-	-	3
144/13	Hausaufgaben für Schulen aller Bundesländer	6	Grafik	-	3
Gesamt	5 Artikel	17	3		

Tab. 19: Artikel im Ressort Hintergrund der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
106/13	Hohe Töne für Hipster (Kneipenchor junge Leute)	4	Bild	-	28
110/13	Hip Hop in der Ebene 3 (Hinweis)	1	-	-	21
112/13	Eintrittskarten für Die Toten Hosen im Frankenstad.	1	-	-	23
114/13	Drei Tage Rock am Hockenheimring	4	Bilder	-	27
114/13	Gewinner der Karten für Die Toten Hosen	1	Bild	-	29
115/13	Unterländer Rap: Vom Ping-Pong zum Hip-Hop	1	Bild	-	26
115/13	Lauter Supertalente und –stars	5	Bild	-	26
116/13	Alles im roten Bereich bei „Fast & Furious 6“ (Film)	1	-	-	23
117/13	„Wir sind sehr zufrieden“ (Portrait Metall-Band)	4	Bild,Info	-	21
117/13	Unverändert nach der Pause (Sportfreunde Stiller)	1	-	-	21
117/13	Den eigenen Anspruch verfehlt (Daft Punk)	1	-	-	21
117/13	Kurzfilme von nebenan (Filmakademie)	1	-	-	21
117/13	Pink: Die Überfliegerin	4	Bild,Info	-	27
120/13	Beliebig & austauschbar, statt echter Ausreißer	1	-	-	25
120/13	Web-Sänger Sobiech tot	1	Bild	18	25
120/13	Rock am See: Keine Absage der Toten Hosen	4	-	-	25
120/13	Sportfreunde Stiller unter Druck	1	-	-	25
120/13	Die Entdeckung des Lichtkonfettis (Band)	5	Bild	-	27
120/13	Freikarten für Schulen und Vereine (Tanz-Event)	1	-	-	27
122/13	Junge Bands im Gleis 3	1	-	-	25
126/13	Nur nicht stehen bleiben (Nachwuchskünstler)	4	Bild	-	22
130/13	Es prasselt, schrubbt und rappelt (zwei Musiker)	5	Bild	15	26
131/13	Du musst deine eigenen Songs schreiben	4	Bild,Info	-	21
131/13	Zwei deutsche Acts führen in den Album-Charts	1	-	-	21
131/13	Trash-Metal aus Österreich	1	-	-	21
134/13	Jugendsinfonieorchester	1	-	-	22

134/13	Hip Hop gegen Gewalt	1	-	-	22
134/13	Jugendbuchpreis an US-Autor John Green	1	-	-	23
136/13	Rockparty in der Abendsonne (Konzert)	4	Bild,Info	-	30
138/13	Leidenschaft für anspruchsvolle Weltmusik	1	Bild	20	22
141/13	Wie in einer Großfamilie (Jugendwertungsspiel)	4	Bild	9-19	27
142/13	Sternstunde für den Kulturchef (Schülerkonzert)	4	Bild	-	29
142/13	Preisträger beim Wettbewerb „Jugend musiziert“	1	-	-	29
146/13	Drei Ensembles trumpfen auf (Musikschule)	4	Bild	-	23
148/13	Mit dem Handy beim Konzert (Gesellschaft)	4	-	-	29
Gesamt	35 Artikel	83	16		

Tab. 20: Artikel im Ressort Kultur der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
104/13	Vier Insassen nach Überschlag schwer verletzt	1	-	20	31
105/13	Jetzt zählt der Blick nach vorne (Leukämie in Jugend)	4	Bild,Info	16	26
105/13	Hilfe für Jugendliche (Ehrung)	1	-	-	32
105/13	Mini-Champions-League (Jugendfußballturnier)	1	-	-	32
106/13	Deutsch macht den Anfang (Schulprüfungen)	4	Bild,Info	-	39
107/13	MSG-Rennteam auf Platz drei (Formel 1 in Schule)	1	-	15-16	30
107/13	Förderung für Schüler (Musikschule-Kooperation)	1	-	-	35
107/13	Besuch im Amtsgericht (Schulklasse)	1	-	-	35
107/13	Party in Zehntscheuer	3	Bild	-	35
108/13	Am Bahnhof verprügelt	1	-	15	31
109/13	Preis für gute Ausbildung (Wirtschaftsjunioren)	1	-	-	31
110/13	Preis für beste Ausbildung ausgelobt	1	-	-	25
110/13	Azubi in Teilzeit (Veranstaltung)	1	-	-	26
110/13	Jugendhilfe will im Bahnhof einziehen	5	-	-	26
110/13	Höchststand bei Abbrechern (Auszubildende)	4	Bild,Info	-	27
110/13	Neue Schulform ist kein Selbstläufer (Gesamtschule)	1	-	-	27
110/13	Wettbewerb für Medienkonzepte von Schulen	4	Info	-	27
110/13	Berufsschule: Neubau billiger als geplant	1	-	-	31
111/13	Polizei findet vermisstes Mädchen	1	-	14	26
111/13	US-Rapper in Polizeikontrolle	1	Bild	-	27
112/13	Ab Herbst wird weiter gebaut (Hochschule)	4	Bild,Info	-	26
112/13	Schmetterlingsparadies (Jugendgruppe im Garten)	1	Bild	-	32
113/13	Alles dreht sich um die Zahl 40 (Schulschließungen)	1	-	-	30
113/13	Bär unterstützt junge Ruderer	1	Bild	-	30
113/13	Rekord bei Wahlbeteiligung (Hochschulwahlen)	3	Bild,Info	-	35
113/13	Professor Werner Schierle sagt Ade	1	Bild	-	35
114/13	Zwei Gruppen im Streit – Mädchen zückt Messer	1	Bild	14-16	34
114/13	Smartphones geraubt	1	-	19	35
114/13	Mann bedroht zwei Jugendliche mit Messer	1	-	15	35
115/13	Kurs: Drohne per iPhone steuern	1	-	-	31
117/13	Zu Besuch in Berlin (Realschüler)	1	Bild	-	30
118/13	Übung bei Buckelpiste gefragt (BMX im Dirtpark)	6	Bild,Info	-	36
120/13	Gute Chance auf Ausbildungsplatz	1	-	-	31
120/13	Schüler bekennen Farbe gegen Mobbing	1	Bild	-	35
122/13	Botschafter für Ausbildung	1	-	-	29
122/13	Studieren ist kein Hexenwerk (Jugend-Vorlesung)	1	Bild	-	35
123/13	Hilfe für Wohnsitzlose (Realschüler)	1	Bild	-	35
124/13	Bushaltestelle beschädigt	1	-	17&21	33

124/13	18-Jährige schwer verletzt	1	-	18	34
124/13	Theater-AG begeistert (Gymnasium)	1	Bild	-	38
125/13	Durchhaltevermögen bewiesen (Jugendfeuerwehr)	4	Bilder	-	30
126/13	Gut aufgehoben gefühlt (Interview mit Patientin)	4	Bild,Info	15	26
126/13	Medieneinsatz im Unterricht	1	-	-	26
126/13	Wo es was zu lachen und zu reden gibt (Jugendhaus)	4	Bilder	-	28
127/13	Lehrlingssuche in Südeuropa	4	Bild	-	25
127/13	Zwei Mädchen schwer verletzt	1	-	15&16	25
127/13	Schulkonzert des Gymnasiums	1	-	-	28
127/13	Hochschule will für Buga forschen	4	Bild	-	29
127/13	Theater-AG zeigt „Die Physiker“	1	-	-	30
128/13	17-Jähriger schwer verletzt	1	-	17	29
128/13	Schule braucht mehr Platz	4	Bild	-	32
128/13	Visionäre gesucht (Zukunftswettbewerb)	2	Bild,Link	15-25	38
129/13	Erfolgsgeschichte feiert Geburtstag (Jugendhaus)	3	Bild	-	32
129/13	Gefragtes Jugendcamp (Tennis)	4	Bild	-	34
129/13	Fahrer für Seifenkutschen gesucht	1	Bild	-	35
129/13	Anmeldung für CVJM-Zeltlager	1	-	7-13	35
129/13	Sonniger Abstreich mit DJ	6	Bild	-	39
130/13	Noch freie Studienplätze	2	-	-	30
130/13	Goldene Stimmen (Konzert von Gymnasiasten)	4	Bild	-	33
132/13	Radler fährt Fußgänger an	1	-	19	25
132/13	Winzer-Nachwuchs gesucht	4	Bild,Info	-	26
132/13	Berufsschüler setzen bald Reben in Kenia	1	-	-	26
133/13	Ohne Stress zu den Toten Hosen	5	Info	-	29
133/13	Streit an der Haltestelle	1	-	14&15	29
133/13	Mysteriöser Unfall	1	-	17	29
133/13	Schülerwettbewerb des Landtags zu pol. Bildung	4	-	-	31
133/13	Soziale Projekte unterstützen (Schulklasse)	4	Bild	-	32
134/13	So fern & doch so nah-junge Türken über die Heimat	6	Bild	-	26
134/13	Schwitzen für eine neue Grillstelle (Auszubildende)	4	Bild	17-26	28
134/13	50 Schüler greifen in die Tasten	1	-	-	28
134/13	Üben bis zur Perfektion (Jugendkapelle)	4	Bild	-	29
134/13	Neuer Lehrer stößt nicht nur auf Kritik (Schulzukunft)	6	-	-	32
134/13	Studentenwerk stellt sich der Kritik	2	Bild	-	32
135/13	Kultrocker füllen Frankenstadion (Konzert)	5	Bild,Info	-	25
135/13	Keine Spur von null Bock (Sozialaktion kath. Jugend)	4	Bild,Info	-	27
135/13	Jugendsportwochenende (Hinweis)	1	-	-	30
135/13	Poolparty im Freibad Gesundbrunnen (Hinweis)	1	-	-	31
136/13	Gute-Laune-Tag wie dieser (Konzert)	4	Bilder	-	33
136/13	KJG-Jugendgruppe: Anderen helfen macht Sinn	4	Bild,Info	15-17	36
136/13	Poolparty im Freibad Gesundbrunnen (Hinweis)	1	-	-	38
137/13	Das Hosen-Fieber geht nie vorüber (Konzert)	3	Bilder	-	30
137/13	Chaos am Bahnhof – Fans warten über eine Stunde	6	Bilder	-	30,31
140/13	„Ausbildung ist ein langfristig planbares Geschäft“	5	Bild	-	27
140/13	Schlamm an Rädern und Waden (Bike-Marathon)	4	Bild	-	32
141/13	Abitur-Paukkurs in Ferien (Hinweis)	1	-	-	30
141/13	Auszeichnung für Ziehl-Abegg (Auszubildende)	1	-	-	31
141/13	Shakespeare bunt und fantasievoll (Schultheater)	4	Bild	-	32
141/13	Hip-Hop gegen Fremdenhass (Konzert)	4	Bild	-	36
142/13	Markt der Zukunftschancen (Ausbildungstag)	4	Bilder	-	33
142/13	Juniorakademie stellt sich vor (Hinweis)	1	-	-	35
142/13	Technikberufe für Mädchen	1	-	-	35
142/13	Fußball und Zumba (Hinweis auf Jugendturnier)	1	-	-	37

143/13	16-Jähriger sitzt im Keller, als die Gondel einschlägt	1	-	16	25
143/13	Nicht zuletzt der Nachwuchs ist hochmotiviert	1	-	-	27
143/13	Ein rauschendes Geburtstagsfest ⁶ (Realschule)	5	Bild	-	29
144/13	Pfadfinder aus Schweden zu Gast	1	-	-	28
145/13	Waldenser-Cup wird international (Jugendfußballt.)	4	Bild	-	33
145/13	Ehrenamtspreis für Jugendliche	1	-	-	34
146/13	Nach Unglück: Psychologen betreuen Schüler	1	-	-	25
146/13	Junge Union wählt neuen Bezirkschef	1	-	-	26
146/13	Aufregung über verschmutzte Schulklos	1	-	-	31
148/13	Dummys üben den Überschlag (Achterbahn)	5	Bild,Info	-	33
148/13	Kinder träumen von großer Fußballkarriere	1	-	-	36
148/13	Auszeichnung für gute Vorbereitung auf Berufswahl	1	-	-	37
Gesamt	104 Artikel	237	51		

Tab. 21: Artikel im Ressort Lokales der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
7. Mai	Quote: RTL-Film siegt bei den Jungen	1	-	ab 14	24
106/13	Hanni und Nanni 3: Zwillinge entdecken die Liebe	4	Info	-	26
106/13	Superstart für Iron Man 3 in den Kinos	1	-	-	26
106/13	Medien wollen ins Netz	1	-	-	27
106/13	Neue „Bravo“-Chefin	1	-	-	27
106/13	Die Geschichte der Jugend (Filmtipp)	1	-	-	31
106/13	Common (Ex-Rapper) – Überzeugter Alleskönner	4	Bild	-	32
106/13	Teenie-Model (Dokumentation über Model-Agenturen)	1	-	-	32
111/13	Kleine Tablets vor dem Kauf selbst prüfen	1	-	-	20
111/13	Fahrrad-App (Tipp)	1	-	-	20
111/13	Filmtipp: Du Opfer! (Mobbing unter Jugendlichen)	3	-	-	24
114/13	Filmtipp: Crank 2	1	Bild	-	32
116/13	Neue Regeln für Fußball im Fernsehen und Online	3	Bild	-	21
119/13	Konkurrenz für Internet Explorer und Firefox	5	Bild,Info	-	24
119/13	Unterwegs im Zug Videos runterladen (Tipp)	1	-	-	24
122/13	Wahnsinnig liebenswürdig: Hangover 3 (Vorschau)	4	Bild,Info	-	22
122/13	Sehenswert: Iron Man 3	1	-	-	22
122/13	Kritik: Circus Halligalli	1	-	-	27
125/13	Als sympathischer Nerd brillant (Big Bang Theory)	4	Bild	-	28
127/13	Zu süß, um nicht geküsst zu werden (Portrait)	3	Bild	-	24
133/13	Abenteuer als Revolverheld (neue PC-Spiele)	6	Bild	-	24
139/13	Bei Bewerbung Lesebestätigung anfordern	1	-	-	20
Gesamt	22 Artikel	49	9		

Tab. 22: Artikel im Ressort Medien der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
142/13	Aufgaben aus dem Abi-Pool	3	Bild,Info	-	2
Gesamt	1 Artikel	3	1		

Tab. 23: Artikel im Ressort Meinungen der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
107/13	Junge brauchen Chancen (Arbeitsmarkt Europa)	1	-	-	4
112/13	Probleme auf dem Lehrstellenmarkt	2	-	-	4
117/23	Geld für Hochschulen	1	-	-	4
119/13	Stipendien verdoppelt (Deutschlandstipendium)	1	-	-	4
123/13	Jugendliche rauchen seltener	4	Bild,Info	-	4
135/13	Angela Merkel: Hochschulpaket geschnürt	1	-	-	4
140/13	Jugendarbeitslosigkeit immer bedrohlicher	4	Bild	U24	4
146/13	Arbeiterkinder finden seltener den Weg ins Studium	4	-	-	4
147/13	EU wird Job-Motor für Jugendliche an	4	Bild	U24	4
147/13	132 Millionen Kinder gehen nicht zur Schule	4	Bild	-	4
Gesamt	10 Artikel	26	4		

Tab. 24: Artikel im Ressort Politik der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
113/13	Public Viewing zur Champions League in dt. Städten	3	Bild	-	26
113/13	Der Deich bebt (Pop- und Rockfestival in Cuxhaven)	1	-	-	26
Gesamt	2 Artikel	4	1		

Tab. 25: Artikel im Ressort Reise der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
115/13	Rennen extrem: Mit dem Skateboard durch die Nacht	5	Bild,Info	-	5
131/13	Ein maximales Gefühl von Freiheit (Basejumper)	5	Bilder	-	5
Gesamt	2 Artikel	10	2		

Tab. 26: Artikel im Ressort Reportagen der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
104/13	Stromschlaggefahr bei Billig-Kopien (iPhone)	3	Bild	-	9
104/13	Junges Publikum, wachsender Markt (Orchester)	4	Bild	-	23
105/13	Netzwerke lehnen Kodex ab (Social Media)	4	Bild,Info	-	7
105/13	Schick für den Abiball (Tipp)	1	-	-	19
106/13	Mit Sport leichter das Rauchen aufgeben (Tipp)	1	-	14-19	25
110/13	Positiv in die Prüfungszeit (Tipp für Auszubildende)	5	Bild	-	7
111/13	Bloß kein Trikot tragen (Fußball-Outfit im Büro)	4	Bild	-	19
112/13	Wie junge Leute Schulden vermeiden	1	-	-	7
114/13	Jugend: Der Hype um die Klamotten (Abercrombie)	4	Bild,Info	-	9
116/13	Mobbing muss auch belegt werden	1	-	-	7
116/13	Das Smartphone als Fitness-Coach	4	Bild,Link	-	19
117/13	Fußball-Spektakel richtig erleben	4	Bild,Info	-	7
117/13	Cinemaxx: Champions-League-Endspiel	2	-	-	19
118/13	Twitter verstärkt Sicherheit	1	-	-	9
120/13	Weibliche Azubis besser gebildet	1	-	-	9
121/13	Flip-Flops haben im Büro nichts zu suchen (Tipp)	5	Bild	-	7
123/13	Fountain Festival (Hinweis)	4	Bilder	-	6
126/13	Bier-Ablöcher liegen falsch (Grillen)	4	Info,Link	-	19

129/13	Online-Einkäufe von Kindern ungültig	2	-	U18	7
132/13	Reisen mit kleinem Geldbeutel (Tipp für Auszubildenden-	4	Bild	-	7
133/13	Junge Menschen haben weniger Lust auf Tiefkühlkost	5	Bild	-	9
135/13	Smartphones auf Wachstumskurs	4	Bild	-	7
137/13	Studentenkredite: Auf die Klauseln achten	4	Bild,Info	-	6
144/13	Azubis haben Pflichten, aber auch Rechte	5	Bild	-	7
147/13	Ausländischer Berufsabschluss anerkannt	1	-	-	7
Gesamt	25 Artikel	78	16		

Tab. 27: Artikel im Ressort Service & Freizeit der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
104/13	Mitmachen und Großen nacheifern (Jgd.-Marathon)	4	Bild	-	32
105/13	U18 steigt in Verbandsklasse auf (Tischtennis)	1	-	U18	16
105/13	Erlenbacher Junioren mit guten Leistungen (Kunstrad)	1	-	-	16
106/13	Pokaltag im Unterland (Jugendfußball)	4	Bilder	13-18	19
106/13	U19 des FCU Heilbronn überrascht positiv (Fußball)	4	-	U19	19
106/13	U19-Endkampfauf dem Pichterich (Leichtathletik)	1	-	U19	20
106/13	Doppelsieg für Samantha Jones&Lena Haist (Kegeln)	1	-	-	20
107/13	Draxler verlängert (Fußball)	1	-	19	15
107/13	VfB holt Marco Rojas (Fußball)	1	-	21	15
107/13	Vier Unterländer treten in Freiburg an (Rollkunstlauf)	1	Bild	17	19
107/13	Zetsche landet auf Platz zwei (Radsport)	1	-	U17	19
108/13	Herrmann bleibt Borusse (Fußball)	1	-	U21	17
108/13	Jugendförderung bringt Erfolg mit sich (Handball)	1	-	-	18
108/13	Abstatter A-Jugend bejubelt Double (Fußball)	5	Bilder	13-18	19
108/13	Gr. Chance für Nachwuchsfahrer (Motorsportbeilage)	5	Bilder	21	7
111/13	Landestitel für U20-Jugend der ULG (Leichtathletik)	4	Bilder	U20	14
111/13	Titelverteidiger TSG dieses Mal auf Rang zwei	1	-	U15	14
111/13	Fischbuch verteidigt Titel (Boxen)	1	-	U17	14
111/13	Reiter erfolgreich bei Meisterschaft (Kunstreit-Jugend)	1	-	-	14
112/13	Drei Medaillen beim Deutschland-Pokal	4	Bild	14-21	16
113/13	Plappert in Buchen vorn (Triathlon-Jugend)	1	-	-	18
114/13	Bundesliga verpasst (Handball, A-Junioren)	1	-	U18	20
116/13	Profivertrag für Szarka (Fußball)	1	-	21	13
116/13	Radio 90elf vor dem Ende (Fußball)	1	-	-	14
116/13	Camp in Neckarsulm (Basketball)	1	-	8-17	15
117/13	Antonia Aliche holt sich fünf Medaillen (Turnen)	1	Bild	13	14
119/13	Böckinger Talente erfolgreich wie nie (Turnen)	4	Bild,Info	12-14	20
119/13	Bärbel und Bartel auf Bestzeitenjagd (Schwimmen)	1	-	15&17	20
120/13	Barcelona holt Neymar (Fußball)	1	-	21	18
123/13	Sechs Medaillen für Julian Wagner (Schwimmen)	1	-	14&15	16
123/13	Fabian Katz läuft um den Meistertitel mit (Leichtathl.)	1	-	U18	16
123/13	Kastriot Sopa will in Minsk zuschlagen (Boxen)	5	Bild	20	17
124/13	Drei NSUler im Fächerbad (Schwimmen)	1	-	16&17	20
124/13	Nonnenmacher im Finale (Tennis)	1	-	U16	20
126/13	Rick Zabel: Schneller Profi als der Papa (Radsport)	1	Bild	20	14
127/13	Nicht alle teilen Israels Begeisterung (Fußball)	4	Bild,Info	U21	13
127/13	Neymar teurer als gedacht	1	Bild	21	13
127/13	Sopa steht im Halbfinale (Boxen)	1	-	20	14
127/13	Unterländer Nachwuchs überzeugt (Leichtathletik)	1	Bild	U18	14
128/13	Heute beginnt die Reise nach Jerusalem (Fußball)	1	Bild	U21	15

128/13	EM-Aus für Sopa (Boxen)	1	-	20	15
129/13	2:3 – Schockerlebnis in der Schlussminute (Fußball)	2	Bild	U21	15
130/13	Gegen Spanien geht es jetzt um alles (Fußball)	4	Bild	U21	17
130/13	Alicke, Großhans & Fuchs stark im Länderteam	1	-	12-15	17
131/13	0:1 gegen Spanien: U21 bei EM gescheitert (Fußball)	1	-	U21	13
131/13	Mit 16 in der Bundesliga (Fußball-Regularien)	1	-	16	14
131/13	Sechs Titel mit dem Säbel für Künzelsau (Fechten)	1	Bilder	13&14	15
132/13	Rücktritt ist für Adrion kein Thema (Fußball)	1	Bild	U21	13
133/13	U21: Hrubesch warnt vor Aktionismus (Fußball)	1	-	U21	15
133/13	Glanzlichter bei bestem Wetter (Leichtathletik)	4	Bilder	U20	15
134/13	U21-Team beweist Moral (Fußball)	4	Bild	U21	13
134/13	U19 aus Abstatt legt Grundstein zum Aufstieg (Fußb.)	4	Bild	U19	16
134/13	Fabriz wird Zweite, Meisner wird Dritter (Tischtennis)	1	-	U14	16
135/13	Kevin Volland, ein Gewinner der U21-EM (Fußball)	4	Bild,Info	U21	13
136/13	VfB Stuttgart leiht BVB-Talent Leitner aus (Fußball)	1	Bild	20	18
136/13	TSG Heilbronn verteidigt Landestitel (Tischtennis)	4	Bild	U15	21
136/13	Mädchen-Sichtung (Fußball-Juniorinnen)	1	Info	U16	21
138/13	NSU-Kanutin für Junioren-EM nominiert (Kanu)	1	-	-	15
139/13	Spanische U21 triumphiert (Fußball)	1	-	U21	13
139/13	Punkte sammeln fürs Team (Leichtathletik)	4	Bild	U20	14
139/13	U15 des FCU bleibt weiter im Aufstiegsrennen (Fußb.)	1	-	U15	14
140/13	Aufstiegsjubiläum der Abstatter U15 und U19 (Fußball)	4	Bild	14-19	15
140/13	Jugendturnier in Weinsberg (Fußball)	4	-	U16	15
140/13	Zwei Titel für Nachwuchs der Sport-Union (Fußball)	1	-	U18	15
140/13	Plappert mit Start-Ziel-Sieg Landesmeister (Triathlon)	1	-	U18	15
141/13	Hoffnung auf Medaillen (Leichtathletik)	5	Bild	U20	16
141/13	Mehr als 170 Starter bei Freistil-Turnier (Ringen)	1	-	U18	19
141/13	Vier Titel für Ronja Binus vom SSF Heilbronn	1	Bild	15	19
141/13	U15 des FCU trotz Niederlage mit Rückenwind	1	-	U15	19
145/13	Schürle-Transfer perfekt (Fußball)	1	-	22	16
145/13	Läuferabend zum Auftakt (Leichtathletik)	1	-	20	16
145/13	Bronzemedaille für TSG-Jugend (Tischtennis)	1	Bild	U15	17
145/13	U15 des FCU verpasst Aufstieg in die Oberliga (Fußb.)	1	-	U15	17
146/13	Abrupter Abschied (Rollkunstlauf)	1	-	21	16
147/13	Zimmermann zum SV Sandhausen (Fußball)	1	-	21	17
148/13	Nowitzki bekommt Gesellschaft	3	Bild	19	17
148/13	172 Kämpfer beim Turnier in der Römerhalle (Ringen)	1	-	U18	20
148/13	Perry und Brocilo sind für EM qualifiziert (Boxen)	1	-	U19	20
Gesamt	78 Artikel	145	32		

Tab. 28: Artikel im Ressort Sport der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
105/13	Anlaufstelle für Jugendliche gefährdet	4	Bild,Info	-	28
105/13	Sonderpädagogen schlagen Alarm (Studiengang)	4	Bild,Info	-	29
108/13	Unbeschwerte Bewegung (Hochschule Heilbronn)	4	Bilder	-	36
110/13	Auf geht's nach Texas (Schülerwettbewerb)	4	Bild,Info	-	28
110/13	Neue Leiterin, neue Öffnungszeiten (Jugendtreff)	4	-	-	28
110/13	Sommercamp am Helenesee	1	-	16-18	29
111/13	Was passiert, wenn jeder daheim einkauft	4	Bild,Info	-	29
111/13	Mehr Party im Monat der Feiertage	1	Bilder	-	29
113/13	Passender Platz für Friedenspfahl (Berufsschulprojekt)	4	Bild	-	32

114/13	Gnocchi ohne Laktose (Fachschule Lebensmittel.)	4	Bilder	-	36
114/13	Mit der Kraft der Stimme wehren (Gewaltprävention)	4	Bild	-	36
115/13	Morgen keine Pool-Party	1	-	-	32
119/13	Polizei zieht Auto aus dem Verkehr	1	-	18	37
123/13	Kultatmosphäre am See (Festival)	4	Bilder	-	33
124/13	Kurs: Töpfern, Filzen, Märchen	1	-	ab 14	36
125/13	Pfadfinder ohne Nachwuchssorgen	4	Bild,Info	U22	33
125/13	Große Jubiläumswoche (zehn Jahre Jugendhaus)	2	Bild	-	33
125/13	Pfadfinder ohne Nachwuchssorgen	4	Bild,Info	U22	33
125/13	Einradfahrer und Fackeljongleure	4	Bilder	U14	35
126/13	Kletterspaß in den Ferien	1	-	U14	31
126/13	Handy wird zur Bahnfahrkarte	4	Bild	-	31
127/13	Schülercafé bekommt Spitzenplatz	1	Bild	-	36
128/13	Gesichte, die Schüler aufs Leben vorbereitet (Abitur)	4	Bild	-	33
132/13	Lernende Region fördert Bildungschancen	1	-	-	31
132/13	Einradfahrer und Fackeljongleure	4	Bilder	U14	35
133/13	Eltern würden G9 wählen (Schulumfrage)	4	Bild	-	34
134/13	Musik und Sport rund um Hagenbuchersee (Hinweis)	1	-	-	33
137/13	Die andere Stadt (Fountain-Festival)	4	Bild,Info	-	34
138/13	Viele offene Lehrstellen	1	-	-	32
139/13	Das andere Abitur (Schulaussteigerin)	4	Bild	-	30
140/13	Kinder- & Jugendtriathlon: Nachmeldungen bis Samst.	1	-	-	29
142/13	Die Schule für alle – Vorstellung von Inklusion	4	Bild,Info	-	40
148/13	Das supergute Wackelpuddinggefühl (Schulzirkus)	4	Bild	-	38
Gesamt	33 Artikel	97	28		

Tab. 29: Artikel im Ressort Stadt Heilbronn der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
114/13	Ausbildung in der Altenpflege	1	Bild,Link	-	7
114/13	Kurse: Berufe mit Zukunft	2	Link	-	7
119/13	Präzises Kommunikationstalent (Azubis)	4	Bild	-	5
148/13	Netzwerk für die Karriere (Nachwuchsförderung)	3	Bild	-	8
Gesamt	4 Artikel	10	4		

Tab. 30: Artikel im Ressort Stellen der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt Nr.	Titel des Artikels	Spalten	Elemente	Alter	Seite
106/13	Radeln für einen guten Zweck (Wirtschaftsjunioren)	1	-	-	11
108/13	Apples Radio wird gebremst	1	-	-	9
108/13	Netto führt Bezahlen mit dem Handy ein	1	-	-	9
108/13	Facebook plant Zukauf	1	-	-	9
110/13	Neues Aussehen für Standardmöbel (Award, Beilage)	3	Bilder	-	8
111/13	Suchmaschine als Gerüchteküche	4	Bild	-	9
115/13	Yahoo peilt junge Zielgruppe an (Blog)	4	Bild	-	10
116/13	Neue Xbox vorgestellt	1	-	-	9
116/13	Marke Apple am wertvollsten	1	-	-	9
117/13	Hoffnungsträger Xbox	3	Bild	-	8
123/13	Strafe wegen Facebook	1	-	-	9
127/13	Start für neue Fernbuslinie	1	-	-	9

138/13	Heilbronner Wirtschaftsjunioren holen Landespreis	1	-	-	9
143/13	Ferienjobs bei Daimler (Hinweis)	1	-	-	8
Gesamt	14 Artikel	24	4		

Tab. 31: Artikel im Ressort Wirtschaft der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

HSt-Ressort	1 Spalte	2 Spalten	3 Spalten	4 Spalten	5 Spalten	6Spalten
Titelseite (22)	18 (81,8 %)	1 (4,5 %)	0	3 (13,6 %)	0	0
Baden-W. (28)	20 (71,4 %)	0	0	6 (21,4 %)	1 (3,6 %)	1, (3,6 %)
Blick i. Welt (38)	28 (73,7 %)	0	1 (2,6 %)	8 (21,1 %)	1 (2,6 %)	0
Familie (8)	3 (37,5 %)	0	0	5 (62,5 %)	0	0
Hintergrund (5)	2 (40,0 %)	0	1 (20,0 %)	0	0	2 (40,0 %)
Kultur (35)	20 (57,1 %)	0	0	12 (34,3 %)	3 (8,6 %)	0
Lokales (104)	60 (57,7 %)	3 (2,9 %)	4 (3,8 %)	26 (25,0 %)	6 (5,8 %)	5 (4,8 %)
Medien (22)	13 (59,1 %)	0	3 (13,6 %)	4 (18,2 %)	1 (4,5 %)	1 (4,5 %)
Meinungen (1)	0	0	1 (100,0 %)	0	0	0
Politik (10)	4 (40,0 %)	1 (10, %)	0	5 (50,0 %)	0	0
Reise (2)	1 (50,0 %)	0	1 (50,0 %)	0	0	0
Reportage (2)	0	0	0	0	2 (100,0 %)	0
Service&Fr. (25)	7 (28,0 %)	2 (8,0 %)	1 (4,0 %)	11 (44,0 %)	4 (16,0 %)	0
Sport (78)	56 (71,8 %)	1 (1,3 %)	1 (1,3 %)	16 (20,5 %)	4 (5,1 %)	0
Stadt Heilbr.	11 (33,3 %)	1 (3,0 %)	0	21 (63,6 %)	0	0
Stellen (4)	1 (25,0 %)	1 (25,0 %)	1 (25,0 %)	1 (25,0 %)	0	0
Wirtschaft (14)	10 (71,4 %)	0	2 (14,3 %)	2 (14,3 %)	0	0
Gesamt (431)	254	10	16	120	22	9
In Prozent	58,9 %	2,3 %	3,7 %	27,8 %	5,1 %	2,1 %

Tab. 32: Anzahl und prozentualer Anteil der Spalten bei den Artikeln der Heilbronner Stimme, die von Jugendlichen handeln oder diese speziell ansprechen. Angabe der Ressorts. Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Heilbronner Stimme, Ausgabe 104/2013 bis 148/2013.

III. Interview mit Thorsten Merkle von jule – Initiative junge Leser GmbH, am 9. Juli 2013

Herr Merkle, warum ist es wichtig, dass Jugendliche Zeitung lesen?

Thorsten Merkle: Wir leben heutzutage in einer Medienwelt. Ich halte es generell für wichtig, dass Bürger alle Medien nutzen, idealerweise jedes Medium danach, was es am besten kann, welche Funktion es erfüllt. Lokale und regionale Tageszeitung machen den Großteil der Zeitungslandschaft in Deutschland aus, es gibt nur wenige überregionale Titel. Die lokale Tageszeitung hat ein Alleinstellungsmerkmal, weil sie als einziges Medium verlässlich lokale und regionale Berichterstattung aus dem sozialen Nahraum der Menschen liefert und dazu beiträgt, diesen sozialen Nahraum besser verstehen zu können. In sozialen und politischen Themen ist sie dabei eine wichtige, verlässliche Quelle und dadurch auch ein wichtiger Teil der Demokratie. Es ist momentan nicht absehbar, dass sich diese Alleinstellung ändern wird. Eine flächendeckende Bewegung, die Tageszeitungen als wichtiges Medium für regionale und lokale Informationen ablösen könnte, gibt es nicht.

Wie wichtig ist es für die Zukunft der Zeitung, dass diese von Jugendlichen gelesen wird?

Thorsten Merkle: Zeitungen sind Wirtschaftsunternehmen. Damit ist es auch für sie wichtig, den Anschluss an die nächste Generation zu finden. Die gedruckte Tageszeitung ist aktuell für die Leser ab 55 Jahren ein problemlos funktionierendes Produkt. Sie erfährt eine hohe Akzeptanz und viel Nutzung. Die ältere Generation stirbt aber irgendwann einmal weg. Die Herausforderung liegt deshalb darin, die älteren Leser weiterhin zu bedienen, gleichzeitig aber auch den Anschluss an die jüngere Generation zu finden, vor allem bei jungen Familien. Sollte es soweit kommen, dass die Tageszeitungen verschwinden, würde das vor Ort unter anderem die Wirtschaft und den Informationsaustausch zwischen den Menschen betreffen. Ich glaube aber nicht, dass es soweit kommen wird.

Was sind die Gründe dafür, dass heute weniger Jugendliche Zeitung lesen als früher?

Thorsten Merkle: Der Prozess, dass immer weniger Jugendliche Zeitung lesen, ist bereits seit Ende der 70er-Jahre spürbar. Die Tageszeitung ist ein Medium, das Vorwissen voraussetzt. Das heißt, der Inhalt schließt daran an, was in den vorherigen Tagen passierte, quasi als tägliche Fortsetzungsserie. Daraus ergibt sich die Hürde, dass der Leser am Anfang nicht alles verstehen kann. Überspringt er diese Hürde anfangs nicht bzw. ist er nicht bereit, die nötige Zeit zu investieren, um die Themen zu verstehen,

wird er sich schwer mit der Tageszeitung anfreunden. Charakteristisch für die moderne Medienwelt – Stichwort Web 2.0 - ist, dass man nicht mehr auf etwas warten muss – Musik, Filme, Informationen, alles ist sofort verfügbar. Das ist erst mal nicht schlimm, hat aber Auswirkungen auf die Mediennutzung der Menschen und setzt die Medien, bei denen man mehr Zeit investieren muss, unter Druck.

Zudem spricht das Layout der gedruckten Tageszeitung den jugendlichen Leser oft nicht an, unsere Untersuchungen anhand von Eye-Tracking haben ergeben, dass vielen die Texte zu lang und kompliziert sind, Infografiken sehen Jugendliche dafür lieber. Zeitungen in dieser Form findet man heutzutage aber selten.

Ein weiterer Grund sind die neuen technischen Möglichkeiten der vergangenen fünf bis zehn Jahre, die natürlich massive Auswirkungen auf das Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen zur Folge haben. Dadurch stehen alle linearen Medien unter Druck, nicht nur die Tageszeitung. Verstärkt wird diese negative Entwicklung bei Tageszeitungen durch die Tatsache, dass nur rund 60 Prozent von Jugendlichen in einem Haushalt leben, in dem es ein Zeitungs-Abonnement gibt. Noch alarmierender sind die Zahlen bei Kindern, von denen rund 40 Prozent in einem solchen Haushalt aufwachsen. Es geht also um Mediensozialisation: Wenn die Eltern die Nutzung der Zeitung nicht vorleben, ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass ihre Kinder zur Zeitung greifen.

Generell zeigt die JIM-Studie 2012 aber, dass es viele jugendliche Zeitungsleser gibt. 40 Prozent lesen demnach mehrmals wöchentlich in der Zeitung, 25 Prozent davon täglich. Durch die gedruckte Zeitung werden also immer noch viele Jugendliche erreicht. Dabei handelt es sich aber vor allem um Jugendliche, die einen höheren Bildungsabschluss anstreben, das ist sicherlich ein Problem.

Ist die Jugend heutzutage überhaupt eine Zielgruppe der Tageszeitungen?

Thorsten Merkle: Natürlich sind Jugendliche eine Zielgruppe für Verlage, das sieht man schon alleine daran, wie viele Projekte, Produkte und Inhalte es speziell für Jugendliche und auch Kinder in Tageszeitungen gibt. Man muss beachten, dass Jugendliche keine homogene Masse sind, man kann das also nicht verallgemeinern. Die Verlage sind aber klug genug, um zu wissen, wie wichtig junge Leser für sie sind. Es gibt allerdings trotz vieler Bestrebungen und Bemühungen immer noch Schwierigkeiten, den richtigen Weg zu finden, um diese auch zu erreichen. Die Umsetzung, die richtige inhaltliche Ansprache, ist sehr schwierig für die Redaktionen, die deshalb gut beraten sind, gut ausgebildete Redakteure einzusetzen. Viele Verlage sind auf dem richtigen Weg, andere tun sich schwer, weil die intern verfügbaren Ressourcen fehlen. Schon allein die Personaldecke der Redaktionen ist in den vergangenen Jahren nicht besser geworden.

Gibt es eine Art Erfolgsrezept, wie Jugendliche von Zeitungen erreicht werden können?

Thorsten Merkle: Das gibt es nicht, sonst hätte auch jule gar nicht erst gegründet werden müssen. Einen Königsweg gibt es schon deshalb nicht, weil z.B. Jugendliche auf dem Land anders aufwachsen als Jugendliche in der Stadt. Sie sind keine homogene Gruppe. Erfolgreiche Projekte einer Zeitung können also nicht bruchlos woanders umgesetzt werden, sie müssen für die eigene Leserschaft und Zielgruppe adaptiert werden. Dabei allerdings kann jule sehr gut unterstützen, Gerade dieser Ideenaustausch ist ja eine der Leistungen des Netzwerks.

Insgesamt muss sich das Produkt Tageszeitung verändern, neue Medien müssen mehr einbezogen werden. Die Grundlage dafür ist eine gute Redaktion, die ein gutes Gespür dafür hat, wie sie die lokalen und regionalen Informationsbedürfnisse junger Leser, vor allem junger Familien, befriedigen.

Neue Medien sind ein gutes Stichwort. Wie sollten Verlage damit umgehen?

Thorsten Merkle: Ein Großteil der Verlage nutzt bereits Social Media. Die statistische Auswertung der Facebook-Präsenzen von Zeitungsverlagen zeigen, dass die Verlage über Facebook eine jüngere Zielgruppe erreichen, als sie es mit der gedruckten Tageszeitung tun. Twitter wird hingegen nur von vier Prozent der Jugendlichen genutzt, das ist eine gewisse aber keine relevante Menge.

Darüber hinaus darf auf Facebook gerne etwas gepostet werden, das Spaß macht. Diese Beiträge werden dann häufig geteilt, wodurch die Zeitung präsenter in der Öffentlichkeit ist. Die Marke sollte also möglichst transportiert und platziert werden. Um das zu erreichen, ist Social Media ein gutes Mittel. Die Redaktion sollte also damit umgehen können und dies im Prinzip als neue journalistische Darstellungsform verstehen. Ein positives Beispiel im Umgang mit neuen Medien ist die Rhein-Zeitung, die einmal in der Woche YouTube nach interessanten oder lustigen Videos durchsucht, die im eigenen Verbreitungsgebiet hochgeladen wurden, und diese dann gegebenenfalls teilt. So kann Lokaljournalismus im Web 2.0 auch aussehen.

Das E-Paper weist steigende Auflagenzahlen auf, die im Vergleich zur Tageszeitung aber sehr niedrig sind. Wie kommt das E-Paper bei Jugendlichen an?

Thorsten Merkle: Dazu habe ich keine gesicherten Erkenntnisse. Um speziell Jugendliche zum Zeitungslesen zu bringen, ist das E-Paper nach meiner Einschätzung aber das falsche Mittel. Es ist einfach zu unkomfortabel und nur auf dem Tablet gut nutzbar, selbst dort bleibt es aber als bloßes Abbild der gedruckten Zeitung hinter den Möglichkeiten zurück, die Jugendliche von anderen elektronischen Medien gewohnt sind.

Wie sehen Sie die Zukunft der Zeitung?

Thorsten Merkle: Wir müssen uns von der Idee verabschieden, dass das Produkt Tageszeitung eins zu eins auf die Onlinewelt übertragbar ist. Es wird einen umfassenden Transformationsprozess bzw. einen Medienwandel geben, den die Zeitungen mitgestalten können. Das birgt Risiken aber auch Chancen. Die immer weiter verbreitete Pay-Wall wird den Verlagen weiterhelfen. Vor allem wird es auch um die Diversifikation des Mediums gehen: Denkbar wäre ja, dass die Kunden Digitalpakete abschließen und nur einzelne Ressorts der Zeitung beziehen – Lokales und Sport z.B. – und etwa auf den Wirtschaftsteil verzichten. Die Kosten des Abonnements würden dann je nach Größe des Pakets bestimmt. Die Abonnements könnten auch nur monats- oder wochenweise laufen. Das birgt dann jedoch die Schwierigkeit, dass Verlage nicht mehr quartalsweise kalkulieren könnten.

Zudem wird es wahrscheinlich zu einem Konsolidierungsprozess kommen, d. h. finanzkräftigere Verlage werden andere Zeitungen aufkaufen - vorausgesetzt, das Kartellrecht ändert sich. Dadurch würden Titel erhalten bleiben.

Zusätzlich gilt es für die Verlage, sich mit neuen Produkten und in neuen Geschäftsfeldern zu positionieren. Das können z.B. Events sein, Werbeagenturen oder der Webseiten-Bau für Firmen im Verbreitungsgebiet. Vereinzelt Verlage gehen diesen zusätzlichen Weg bereits. Die Branche liegt also nicht auf dem Rücken und wartet auf den Tod.

Was waren die Gründe für die Gründung von jule?

Thorsten Merkle: Initiiert hat die Gründung von jule der BDZV. Das Ziel war es, ein Netzwerk zu schaffen, in dem Erfahrungen und Wissen der einzelnen Mitgliedsverlage rund um die Gewinnung junger Leser ausgetauscht werden können. Die Grundausrichtung war es also, dass die Zeitungen gemeinsam mit jule den Generationswechsel überstehen und entsprechend gestalten können. Die jule - Initiative junge Leser ist gesellschaftsrechtlich eine GmbH, wir bekommen keine finanzielle Unterstützung vom Verband, sondern erwirtschaften unseren Umsatz mit unseren Kunden, den jule-Mitgliedsverlagen.

Wie werden die Ziele von jule umgesetzt?

Thorsten Merkle: jule ist in die drei Bereiche Redaktion, Marketing sowie Forschung und Projektdurchführung aufgeteilt. Das Team besteht aus acht Mitgliedern. jule ist ein Netzwerk, über das sich die 70 Mitgliedsverlage über Projekte oder Erfahrungswerte austauschen können. Zum einen haben die 450 registrierten Verlagsmitarbeiter Zugriff auf die virtuelle Welt auf der jule-Webseite, in der es eine umfassende Datenbank und

eine Kommunikationsplattform gibt. Jeder registrierte User kann darauf seine Erfahrungen mitteilen, wodurch die übrigen profitieren. Darüber hinaus gibt es vier von jule durchgeführte Workshops im Jahr, zu dem alle Mitgliedsverlage eingeladen sind. Zweimal geht es dabei an je einem Tag um spezielle Schwerpunkte, zweimal an je zwei Tagen um die Gesamtsituation.

Projekte wie Zeitung in der Schule existieren seit vielen Jahren. Haben sich diese bewährt?

Thorsten Merkle: Es gibt kaum Verlage, die kein Projekt wie ZISCH durchführen. Es ist schon fast Industriestandard. Das ist zurecht der Fall, denn eine Studie der Heilbronner Stimme hat ergeben, dass Kinder, die bereits in der Grundschule in Kontakt mit der Zeitung kommen, dem Produkt später aufgeschlossener gegenüber stehen, als Jugendliche, die erst in der achten Klasse mit der Zeitung zu tun haben.

Es geht also vor allem um die Bindung von Kindern, das Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen ist hingegen nur noch schwer beeinflussbar. Insgesamt sind die Projekte für Tageszeitungen vor allem eine gute Möglichkeit, junge Leser für sich zu gewinnen, bei denen es im Haushalt kein Zeitungs-Abonnement gibt. Voraussetzung, junge Leser für sich gewinnen, ist aber ein guter redaktioneller Inhalt in der Zeitung. Wenn das nicht der Fall ist, kann die Umsetzung eines bestimmten Projekts wie ZISCH noch so gut sein, sonst wird sich das langfristige Ziel, junge Leser für das Produkt Tageszeitung – print oder online – zu gewinnen, kaum realisieren lassen.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname